

University Students' Metaphorical Perceptions of the Concept of Money*

Üniversite Öğrencilerinin Para Kavramına İlişkin Metaforik Algıları

Savaş Nalinci**

Abstract: This study aims to explore university students' metaphorical perceptions of the concept of “money” through a phenomenological lens. In classical and modern economic literature, money is defined not only as a medium of exchange, unit of account, and store of value but also as a fundamental element enabling the functioning of the economic system. However, in contemporary societies, money has become a multidimensional phenomenon intertwined with social status, psychological well-being, power dynamics, and cultural meanings. University students, facing limited financial resources, increasing debts, consumption pressures, and future uncertainties, develop particularly intense and often contradictory relationships with money. This research seeks to uncover how students conceptualize money within their cognitive and experiential frameworks. The study was conducted with 136 students from various academic units at Amasya University using maximum variation sampling. Data were collected via a metaphor elicitation form asking participants to complete the sentence “Money is like ... because ...”. The responses were analyzed through qualitative content analysis, yielding 61 valid metaphors grouped under six main categories: (1) money as a vital/basic necessity, (2) money as an instrumental/functional resource, (3) money as a tool of power, control and status, (4) money as a natural and inevitable process, (5) money as an emotional and psychological experience, and (6) money as a risky element requiring careful management. The findings indicate that students perceive money not as a unidimensional economic tool but as a complex, multi-layered phenomenon encompassing survival, social positioning, emotional states, and risk management. Money carries both positive connotations (security, happiness, power, freedom) and negative ones (stress, addiction, loss, danger), highlighting its dual nature. The study emphasizes that financial literacy education should go beyond cognitive knowledge and adopt a holistic approach that addresses students' perceptions, attitudes, and symbolic meanings attached to money. These insights offer valuable implications for developing more effective financial education programs targeting young adults. This study contributes to the literature by providing a multidimensional understanding of money perception through metaphor analysis.

Keywords: Economics, Money Perception, Metaphor, University Students, Phenomenology, Qualitative Research, Financial Literacy.

* Before the study, ethical approval was obtained with the decision dated February 9, 2026, numbered E-30640013-108.01-316401, from Amasya University Social Sciences Ethics Committee.

Araştırma öncesinde Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu E-30640013-108.01-316401 sayılı, 09.02.2026 tarihli kararıyla etik izin alınmıştır.

** Asst. Prof. Dr., Amasya University, Vocational School of Social Sciences, Department of Accounting and Tax Applications

Dr. Öğr. Üyesi, Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-9981-2698>

savas.nalinci@amasya.edu.tr

Cite as/ Atıf: Nalinci, S. (2026). University students' metaphorical perceptions of the concept of money / Üniversite öğrencilerinin para kavramına ilişkin metaforik algıları. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 21(3), 5369-5420. Ankara Bilim University Publications. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.90319>

Received/Geliş: 29 March/Mart 2026

Accepted/Kabul: 15 September/Eylül 2026

Published/Yayın: 25 September/Eylül 2026

Checked by plagiarism software



Öz: Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin “para” kavramına ilişkin metaforik algılarını fenomenolojik bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır. Para, klasik ve modern iktisat literatüründe değişim aracı, değer ölçüsü ve değer saklama aracı olarak tanımlanırken; günümüz toplumlarında sosyal statü, psikolojik durum, güç ilişkileri ve kültürel anlamlarla iç içe geçmiş bir olgu haline gelmiştir. Özellikle üniversite öğrencileri, sınırlı gelir kaynakları, borçlanma eğilimleri, tüketim baskıları ve gelecek belirsizlikleri nedeniyle para ile yoğun ve çelişkili bir ilişki içindedir. Bu bağlamda araştırma, öğrencilerin para kavramını zihinsel dünyalarında nasıl anlamlandırdıklarını ortaya koymayı hedeflemektedir. Araştırma, Amasya Üniversitesi’nin farklı akademik birimlerinde öğrenim gören 136 öğrenci ile yürütülmüştür. Veri toplama aracı olarak “Para ... gibidir. Çünkü ...” tamamlamalı metafor formu kullanılmış ve veriler nitel içerik analizi yöntemiyle çözümlenmiştir. Analiz sonucunda 61 geçerli metafor altı ana kategori altında gruplanmıştır: (1) yaşamsal/temel ihtiyaç olarak para, (2) araçsal/işlevsel kaynak olarak para, (3) güç, kontrol ve statü aracı olarak para, (4) doğal ve kaçınılmaz süreç olarak para, (5) duygusal ve psikolojik deneyim olarak para ve (6) risk, tehlike ve yönetim gerektiren unsur olarak para. Bulgular, üniversite öğrencilerinin parayı tek boyutlu bir ekonomik araç olarak değil; yaşamın sürdürülebilirliği, sosyal hiyerarşi, duygusal denge ve risk yönetimi gibi katmanları içeren çok yönlü bir olgu olarak algıladıklarını göstermektedir. Para hem olumlu anlamlar (güven, mutluluk, güç, özgürlük) hem de olumsuz anlamlar (stres, bağımlılık, kayıp, tehlike) taşımakta; bu çift yönlülük kavramın karmaşık doğasını yansıtmaktadır. Araştırma, finansal okuryazarlık eğitimlerinin yalnızca bilişsel bilgi aktarımıyla sınırlı kalmaması, öğrencilerin para algısı, tutum ve duygusal ilişkilerini de kapsayan bütüncül bir yaklaşımla tasarlanması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu bulgular, genç yetişkinlerin finansal farkındalığını artırmaya yönelik programlar için önemli ipuçları sunmaktadır. Bu yönüyle çalışma, para algısının çok boyutlu doğasını ortaya koyarak literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İktisat, Para algısı, Metafor, Üniversite Öğrencileri, Fenomenoloji, Nitel Araştırma, Finansal Okuryazarlık.

Structured Abstract:

This study aims to examine the metaphorical perceptions that university students attach to the concept of "money" through a phenomenological approach. While money is defined in classical and modern economics literature as a medium of exchange, a measure of value, and a store of value, it has become a multidimensional phenomenon intertwined with social status, psychological states, power relations, and cultural meanings in contemporary societies. In today's world, money significantly influences decision-making processes, interpersonal relationships, the sense of trust, and future planning. University students in particular experience an intense and often contradictory relationship with money due to limited financial resources, dependence on scholarships or family support, increasing debt burdens, consumption pressures, and career uncertainties. During this transitional period, students conceptualize money not merely as a theoretical instrument but as a concrete phenomenon grounded in everyday lived experience. Research aims to reveal these perceptions through metaphor analysis.

Money is one of the oldest and most debated concepts in the history of economic thought. According to classical and modern economists, money plays a significant role in ensuring macroeconomic stability, controlling inflation, and supporting economic growth. In contrast, interdisciplinary approaches emphasize that money functions as a powerful symbol that quantifies social relations, promotes individualization and alienation, and creates hierarchies of power and status. The behavioral economics literature demonstrates that financial decisions are often shaped not by pure rationality but by mental representations, emotions, intuitions, and cognitive biases. In this context, metaphor analysis offers an effective method for uncovering individuals' implicit meanings and attitudes toward money.

The study was conducted with 136 students (79 female, 57 male) enrolled in various academic units at Amasya University. Maximum variation sampling was employed to ensure diversity in terms of gender, department, year of study, and socioeconomic background. An open-ended metaphor form based on completing the sentence "Money is like ... Because ..." was used as the data collection instrument. Data were collected through face-to-face interviews in March 2026 and analyzed using qualitative content analysis. Of the 150 forms collected, 14 were deemed invalid, and 61 valid metaphors were obtained from the remainder. Coding was performed independently by two researchers, with reliability calculated at 86%. As a result of the analysis, the metaphors were grouped into six main categories:

Money as a Vital/Basic Need (30%, $f=41$): The most dominant category. Metaphors such as "water" (24), oxygen, breath, bread, heart, blood, father, and family were prominent. Money is perceived as an indispensable element for sustaining life; its absence creates a vital deficiency. Participants perceived money as equivalent to biological and security needs. Money as an Instrumental/Functional Resource (23%, $f=31$): Metaphors such as "key" (6), tool, fuel, bridge, compass, and contactless card. Money is a practical instrument that enables the attainment of goals and facilitates life. When used correctly, it is regarded as a source of motivation and productivity. Money as a Tool of Power, Control, and Status (15%, $f=20$): Metaphors such as "power" (9), weapon, independence, Karun (Croesus), and luxury bag. Money is perceived as a symbol that creates social hierarchies and provides authority and prestige. This category is more pronounced among male students. Money as a Natural and Inevitable Process (12%, $f=16$): Wind, sand, rain, season, bird, soap. Money has a fluid, temporary, cyclical, and difficult-to-control nature. Experiences of economic uncertainty and inflation reinforce this perception. Money as a Risk, Danger, and Element Requiring Management (11%, $f=15$): Fire, medicine, cliff, salt, mushroom. Money is double-edged; it provides benefit when managed correctly and causes harm when misused. This category reflects students' awareness of risk. Money as an Emotional and Psychological Experience (10%, $f=13$): Happiness, peace, love, drug, gambling, illness. Money generates both positive (confidence, happiness) and negative (stress, dependency) emotions. Emotional metaphors are more prevalent among female students. The most frequently recurring metaphor was "water" ($f=24$). The findings indicate that perceptions of money extend beyond the economic realm to encompass existential, social, emotional, and risk management dimensions.

Students conceptualize money not as a one-dimensional economic tool but as a multilayered phenomenon. The dominance of the basic need and instrumentality categories (53%) reflects the financial vulnerability of young people; power and status metaphors reflect perceptions of socio-cultural capital; while risk and emotional metaphors reflect the contradictory relationship consistent with the behavioral economics literature. The findings parallel Şimşek's (2020) study with high school students, but reveal an increased awareness of risk and management at the university level. Differences by gender and academic unit are

noteworthy: women tended to use more emotional and vital metaphors, while men preferred power and status-oriented metaphors. Economics and technical departments showed greater inclination toward functional perceptions, while education and health departments leaned toward emotional and risk-based perceptions. The study underscores the inadequacy of traditional financial literacy programs. Such programs should not be limited to cognitive knowledge transfer alone; they should adopt a holistic approach that also addresses students' metaphorical perceptions, emotional attitudes, and symbolic meanings. Psychosocial modules covering risk management, emotional awareness, and a critique of consumer culture should be integrated.

The research findings are specific to a single public university (Amasya) and do not claim statistical generalizability. Socioeconomic status was not analyzed in detail. Future studies may examine the evolution of these perceptions using larger samples, mixed methods, and longitudinal designs. This study makes an original contribution to the literature by rendering the multidimensional nature of money perception visible through metaphor analysis. Developing a conscious and balanced relationship with money is critically important for the financial well-being and psychological health of young adults. The findings obtained can serve as a guide for designing more effective financial education programs at universities.

Keywords: Economics, Money Perception, Metaphor, University Students, Phenomenology, Qualitative Research, Financial Literacy.

ملخص منظم:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف التصورات المجازية التي يربطها طلاب الجامعات بمفهوم «المال» من خلال نهج ظاهري. ورغم أن المال يُعرّف في الأدبيات الاقتصادية الكلاسيكية والحديثة بأنه وسيلة للتبادل، ومقياس للقيمة، ومخزن للقيمة، فقد أصبح ظاهرة متعددة الأبعاد متشابكة مع المكانة الاجتماعية، والحالات النفسية، وعلاقات القوة، والمعاني الثقافية في المجتمعات المعاصرة. في عالم اليوم، يؤثر المال بشكل كبير على عمليات صنع القرار، والعلاقات بين الأفراد، والشعور بالثقة، والتخطيط للمستقبل. ويختبر طلاب الجامعات على وجه الخصوص علاقة مكثفة وغالبًا ما تكون متناقضة مع المال بسبب محدودية الموارد المالية، والاعتماد على المنح الدراسية أو الدعم الأسري، وتزايد أعباء الديون، وضغوط الاستهلاك، وعدم اليقين بشأن المسار المهني. خلال هذه الفترة الانتقالية، لا ينظر الطلاب إلى المال كمجرد أداة نظرية فحسب بل كظاهرة ملموسة تركز على التجربة الحياتية اليومية. وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن هذه التصورات من خلال تحليل الاستعارات

يُعد المال أحد أقدم المفاهيم وأكثرها إثارة للجدل في تاريخ الفكر الاقتصادي. وفقًا للاقتصاديين الكلاسيكيين والمعاصرين، يلعب المال دورًا مهمًا في ضمان الاستقرار الاقتصادي الكلي، والسيطرة على التضخم، ودعم النمو الاقتصادي. في المقابل، تؤكد المناهج متعددة التخصصات أن المال يعمل كرمز قوي يُقيس العلاقات الاجتماعية، ويعزز الفردية والغربة، ويخلق هرميات للسلطة والمكانة. تُظهر الأدبيات المتعلقة بالاقتصاد السلوكي أن القرارات المالية غالبًا ما تتشكل ليس بالمنطق البحت، بل بالتمثيلات الذهنية، والعواطف، والحدس، والتحييزات المعرفية. وفي هذا السياق، يوفر تحليل الاستعارات طريقة فعالة لكشف المعاني والمواقف الضمنية للأفراد تجاه المال

أُجريت الدراسة على 136 طالبًا (79 من الإناث و57 من الذكور) مسجلين في وحدات أكاديمية مختلفة بجامعة أماسيا. واستُخدمت طريقة «أخذ العينات ذات التباين الأقصى» لضمان التنوع من حيث الجنس، والقسم، وسنة الدراسة، والخلفية الاجتماعية والاقتصادية. واستُخدم نموذج استمارة استعارات مفتوحة تستند إلى إكمال الجملة «المال مثل ... لأن ...» كأداة لجمع البيانات. تم جمع البيانات من خلال مقابلات وجهًا لوجه في مارس 2026، وتم تحليلها باستخدام تحليل المحتوى النوعي. ومن بين 150 استمارة تم جمعها، اعتُبرت 14 استمارة غير صالحة، وتم الحصول على 61 استمارة صالحة من الباقي. وأجرى الترميز باحثان بشكل مستقل، وبلغت نسبة الموثوقية 86%. ونتيجة للتحليل تم تجميع الاستعارات في ست فئات رئيسية

الفئة الأكثر شيوعًا. برزت استعارات مثل «الماء» (24)، والأكسجين، والتنفس، والخبز: (41=f، 30%) المال كحاجة حيوية/أساسية والقلب، والدم، والأب، والأسرة. يُنظر إلى المال على أنه عنصر لا غنى عنه لاستمرار الحياة؛ وغيابه يؤدي إلى نقص حيوي. واعتبر المشاركون، استُخدمت استعارات مثل «المفتاح» (6)، والأداة: (31=f، 23%) أن المال يعادل الاحتياجات البيولوجية والأمنية. المال كمورد عملي/وظيفي والوقود، والجسر، والبوصلة، والبطاقة اللاتلامسية. يُعتبر المال أداة عملية تُمكن من تحقيق الأهداف وتسهل الحياة. وعند استخدامه بشكل استعارات مثل «السلطة» (9): (20=f، 15%) صحيح، يُنظر إليه على أنه مصدر للتحفيز والإنتاجية. المال كأداة للسلطة والسيطرة والمكانة والسلاح، والاستقلال، وكارون (كرويسوس)، والحقيقة الفاخرة. يُنظر إلى المال على أنه رمز يخلق التسلسلات الهرمية الاجتماعية ويوفر الريح، الرمل، المطر، الفصول، الطيور: (16=f، 12%) السلطة والهيبة. هذه الفئة أكثر بروزًا بين الطلاب الذكور. المال كعملية طبيعية وحتمية الصابون. يتميز المال بطبيعة متغيرة ومؤقتة ودورية ويصعب التحكم فيها. وتعزز تجارب عدم اليقين الاقتصادي والتضخم هذا التصور

النار، الدواء، المنحدر، الملح، الفطر. المال سلاح ذو حدين؛ فهو يوفر (15=f، 11%) المال كخطر ومخاطر وعنصر يتطلب إدارة فائدة عند إدارته بشكل صحيح ويسبب الضرر عند إساءة استخدامه. تعكس هذه الفئة وعي الطلاب بالمخاطر. المال كتجربة عاطفية ونفسية السعادة، السلام، الحب، المخدرات، القمار، المرض. يولد المال مشاعر إيجابية (الثقة، السعادة) وسلبية (التوتر، التبعية) على: (13=f، 10%) تشير النتائج إلى أن (24=f) «حد سواء» وتنتشر الاستعارات العاطفية بشكل أكبر بين الطالبات. وكانت الاستعارة الأكثر تكرارًا هي «الماء» تصورات المال تتجاوز المجال الاقتصادي لتشمل أبعادًا وجودية واجتماعية وعاطفية وأبعاد إدارة المخاطر

«لا ينظر الطلاب إلى المال كأداة اقتصادية أحادية البعد، بل كظاهرة متعددة الأبعاد. وتعكس هيمنة فنتي «الحاجة الأساسية و«الوسيلة» (53٪) الهشاشة المالية للشباب؛ بينما تعكس الاستعارات المتعلقة بالسلطة والمكانة تصورات رأس المال الاجتماعي والثقافي؛ في حين تعكس الاستعارات المتعلقة بالمخاطر والعاطفة العلاقة المتناقضة التي تتوافق مع الأدبيات في مجال الاقتصاد السلوكي. تتوافق النتائج مع دراسة شيمشيك (2020) التي أجريت مع طلاب المدارس الثانوية، لكنها تكشف عن وعي متزايد بالمخاطر وإدارتها على المستوى الجامعي وتجدر الإشارة إلى الاختلافات حسب الجنس والوحدة الأكاديمية: فقد مالت النساء إلى استخدام استعارات عاطفية وحيوية أكثر، بينما فضل الرجال الاستعارات الموجهة نحو السلطة والمكانة. وأظهرت أقسام الاقتصاد والتخصصات التقنية ميلاً أكبر نحو التصورات الوظيفية، بينما مالت أقسام التربية والصحة نحو التصورات العاطفية والقائمة على المخاطر. تؤكد الدراسة عدم كفاية برامج التثقيف المالي التقليدية. لا ينبغي أن تقتصر هذه البرامج على نقل المعرفة الإدراكية وحدها؛ بل يجب أن تعتمد نهجاً شاملاً يتناول أيضاً تصورات الطلاب المجازية، ومواقفهم العاطفية، والمعاني الرمزية. وينبغي دمج وحدات دراسية نفسية-اجتماعية تغطي إدارة المخاطر، والوعي العاطفي، ونقد ثقافة الاستهلاك

تقتصر نتائج البحث على جامعة عامة واحدة (أماسيا) ولا تدعي قابلية التعميم الإحصائي. ولم يتم تحليل الوضع الاجتماعي-الاقتصادي بالتفصيل. ويمكن للدراسات المستقبلية أن تبحث في تطور هذه التصورات باستخدام عينات أكبر، وأساليب مختلطة، وتصاميم طولية. وتقدم هذه الدراسة مساهمة أصلية في الأدبيات من خلال إظهار الطبيعة متعددة الأبعاد لتصور المال عبر تحليل الاستعارات. ويعد تطوير علاقة واعية ومتوازنة مع المال أمراً بالغ الأهمية للرفاه المالي والصحة النفسية للشباب. ويمكن أن تكون النتائج التي تم التوصل إليها بمثابة دليل لتصميم برامج تعليم مالي أكثر فعالية في الجامعات

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد، تصور المال، الاستعارة، طلاب الجامعات، الظواهرية، البحث النوعي، الثقافة المالية

Résumé Structuré:

Cette étude vise à examiner les perceptions métaphoriques que les étudiants universitaires associent au concept d'« argent » à travers une approche phénoménologique. Alors que l'argent est défini dans la littérature économique classique et moderne comme un moyen d'échange, une mesure de valeur et une réserve de valeur, il est devenu un phénomène multidimensionnel étroitement lié au statut social, aux états psychologiques, aux relations de pouvoir et aux significations culturelles dans les sociétés contemporaines. Dans le monde actuel, l'argent influence considérablement les processus décisionnels, les relations interpersonnelles, le sentiment de confiance et la planification de l'avenir. Les étudiants universitaires, en particulier, entretiennent une relation intense et souvent contradictoire avec l'argent en raison de ressources financières limitées, de leur dépendance vis-à-vis des bourses ou du soutien familial, d'un endettement croissant, des pressions liées à la consommation et des incertitudes professionnelles. Au cours de cette période de transition, les étudiants conceptualisent l'argent non seulement comme un instrument théorique, mais aussi comme un phénomène concret ancré dans leur expérience quotidienne. La recherche vise à mettre en lumière ces perceptions par le biais d'une analyse métaphorique.

L'argent est l'un des concepts les plus anciens et les plus débattus de l'histoire de la pensée économique. Selon les économistes classiques et modernes, l'argent joue un rôle significatif dans la garantie de la stabilité macroéconomique, la maîtrise de l'inflation et le soutien à la croissance économique. À l'inverse, les approches interdisciplinaires soulignent que l'argent fonctionne comme un symbole puissant qui quantifie les relations sociales, favorise l'individualisation et l'aliénation, et crée des hiérarchies de pouvoir et de statut. La littérature en économie comportementale démontre que les décisions financières sont souvent façonnées non pas par une rationalité pure, mais par des représentations mentales, des émotions, des intuitions et des biais cognitifs. Dans ce contexte, l'analyse des métaphores offre une méthode efficace pour mettre au jour les significations implicites et les attitudes des individus vis-à-vis de l'argent.

L'étude a été menée auprès de 136 étudiants (79 femmes, 57 hommes) inscrits dans différentes unités académiques de l'université d'Amasya. Un échantillonnage à variation maximale a été utilisé afin de garantir la diversité en termes de genre, de département, d'année d'études et de milieu socio-économique. Un questionnaire ouvert sur les métaphores, consistant à compléter la phrase « L'argent, c'est comme... Parce que... », a été utilisé comme outil de collecte de données. Les données ont été recueillies lors d'entretiens en face à face en mars 2026 et analysées à l'aide d'une analyse de contenu qualitative. Sur les 150 questionnaires recueillis, 14 ont été jugés non valides, et 61 métaphores valides ont été obtenues à partir des autres. Le codage a été effectué de manière indépendante par deux chercheurs, la fiabilité étant estimée à 86 %. À l'issue de l'analyse, les métaphores ont été regroupées en six catégories principales :

L'argent en tant que besoin vital/fondamental (30 %, n = 41) : la catégorie la plus dominante. Des métaphores telles que « l'eau » (24), l'oxygène, le souffle, le pain, le cœur, le sang, le père et la famille occupaient une place prépondérante. L'argent est perçu comme un élément indispensable au maintien de la vie

; son absence entraîne une carence vitale. Les participants percevaient l'argent comme équivalent aux besoins biologiques et de sécurité. L'argent en tant que ressource instrumentale/fonctionnelle (23 %, $f = 31$) : des métaphores telles que « clé » (6), outil, carburant, pont, boussole et carte sans contact. L'argent est un instrument pratique qui permet d'atteindre des objectifs et facilite la vie. Lorsqu'il est utilisé correctement, il est considéré comme une source de motivation et de productivité. L'argent en tant qu'outil de pouvoir, de contrôle et de statut (15 %, $n = 20$) : métaphores telles que « pouvoir » (9), arme, indépendance, Karun (Crésus) et sac de luxe. L'argent est perçu comme un symbole qui crée des hiérarchies sociales et confère autorité et prestige. Cette catégorie est plus marquée chez les étudiants de sexe masculin. L'argent en tant que processus naturel et inévitable (12 %, $n = 16$) : vent, sable, pluie, saison, oiseau, savon. L'argent présente une nature fluide, temporaire, cyclique et difficile à contrôler. Les expériences d'incertitude économique et d'inflation renforcent cette perception.

L'argent comme risque, danger et élément nécessitant une gestion (11 %, $n = 15$) : feu, médicament, falaise, sel, champignon. L'argent est à double tranchant ; il apporte des avantages lorsqu'il est géré correctement et cause du tort lorsqu'il est mal utilisé. Cette catégorie reflète la conscience du risque chez les étudiants. L'argent comme expérience émotionnelle et psychologique (10 %, $n = 13$) : bonheur, paix, amour, drogue, jeu, maladie. L'argent suscite à la fois des émotions positives (confiance, bonheur) et négatives (stress, dépendance). Les métaphores émotionnelles sont plus fréquentes chez les étudiantes. La métaphore la plus récurrente était celle de « l'eau » ($n = 24$). Ces résultats indiquent que les perceptions de l'argent dépassent le domaine économique pour englober des dimensions existentielles, sociales, émotionnelles et liées à la gestion des risques.

Les étudiants ne conceptualisent pas l'argent comme un outil économique unidimensionnel, mais comme un phénomène à plusieurs niveaux. La prédominance des catégories « besoin fondamental » et « instrumentalité » (53 %) reflète la vulnérabilité financière des jeunes ; les métaphores liées au pouvoir et au statut reflètent les perceptions du capital socioculturel ; tandis que les métaphores liées au risque et aux émotions reflètent la relation contradictoire décrite dans la littérature sur l'économie comportementale. Ces résultats rejoignent ceux de l'étude de Şimşek (2020) menée auprès de lycéens, mais révèlent une prise de conscience accrue des risques et de leur gestion au niveau universitaire. Les différences selon le genre et la filière sont notables : les femmes avaient tendance à utiliser davantage de métaphores émotionnelles et vitales, tandis que les hommes préféraient les métaphores axées sur le pouvoir et le statut. Les filières d'économie et techniques montraient une plus grande propension aux perceptions fonctionnelles, tandis que les filières d'éducation et de santé penchaient vers des perceptions émotionnelles et axées sur le risque. Cette étude souligne l'insuffisance des programmes traditionnels d'éducation financière. Ces programmes ne devraient pas se limiter au seul transfert de connaissances cognitives ; ils devraient adopter une approche holistique qui aborde également les perceptions métaphoriques, les attitudes émotionnelles et les significations symboliques des étudiants. Des modules psychosociaux couvrant la gestion des risques, la conscience émotionnelle et une critique de la culture de consommation devraient y être intégrés.

Les résultats de cette recherche sont spécifiques à une seule université publique (Amasya) et ne prétendent pas à une généralisation statistique. Le statut socio-économique n'a pas été analysé en détail. De futures études pourraient examiner l'évolution de ces perceptions à l'aide d'échantillons plus larges, de méthodes mixtes et de plans d'étude longitudinaux. Cette étude apporte une contribution originale à la littérature en mettant en évidence la nature multidimensionnelle de la perception de l'argent grâce à l'analyse des métaphores. Développer une relation consciente et équilibrée avec l'argent est d'une importance cruciale pour le bien-être financier et la santé psychologique des jeunes adultes. Les résultats obtenus peuvent servir de guide pour la conception de programmes d'éducation financière plus efficaces dans les universités.

Mots-clés : Économie, Perception de l'argent, Métaphore, Étudiants universitaires, Phénoménologie, Recherche qualitative, Culture financière.

Resumen Estructurado:

El presente estudio tiene como objetivo examinar las percepciones metafóricas que los estudiantes universitarios asocian al concepto de «dinero» mediante un enfoque fenomenológico. Si bien en la literatura económica clásica y moderna el dinero se define como un medio de intercambio, una medida de valor y una reserva de valor, en las sociedades contemporáneas se ha convertido en un fenómeno multidimensional

entrelazado con el estatus social, los estados psicológicos, las relaciones de poder y los significados culturales. En el mundo actual, el dinero influye de manera significativa en los procesos de toma de decisiones, las relaciones interpersonales, el sentido de la confianza y la planificación del futuro. Los estudiantes universitarios, en particular, experimentan una relación intensa y a menudo contradictoria con el dinero debido a sus limitados recursos económicos, la dependencia de becas o del apoyo familiar, la creciente carga de la deuda, las presiones de consumo y la incertidumbre profesional. Durante este periodo de transición, los estudiantes conceptualizan el dinero no solo como un instrumento teórico, sino como un fenómeno concreto arraigado en la experiencia cotidiana. La investigación pretende revelar estas percepciones mediante el análisis de metáforas.

El dinero es uno de los conceptos más antiguos y debatidos de la historia del pensamiento económico. Según los economistas clásicos y modernos, el dinero desempeña un papel significativo a la hora de garantizar la estabilidad macroeconómica, controlar la inflación y respaldar el crecimiento económico. Por el contrario, los enfoques interdisciplinarios hacen hincapié en que el dinero funciona como un poderoso símbolo que cuantifica las relaciones sociales, fomenta la individualización y la alienación, y crea jerarquías de poder y estatus. La literatura sobre economía conductual demuestra que las decisiones financieras a menudo no se basan en la racionalidad pura, sino en representaciones mentales, emociones, intuiciones y sesgos cognitivos. En este contexto, el análisis de metáforas ofrece un método eficaz para descubrir los significados implícitos y las actitudes de las personas hacia el dinero.

El estudio se llevó a cabo con 136 estudiantes (79 mujeres y 57 hombres) matriculados en diversas unidades académicas de la Universidad de Amasya. Se empleó un muestreo de variación máxima para garantizar la diversidad en términos de género, departamento, curso y origen socioeconómico. Como instrumento de recogida de datos se utilizó un formulario de metáforas de respuesta abierta basado en completar la frase «El dinero es como... Porque...». Los datos se recopilaban mediante entrevistas presenciales en marzo de 2026 y se analizaron mediante un análisis cualitativo de contenido. De los 150 formularios recopilados, 14 se consideraron inválidos y, del resto, se obtuvieron 61 metáforas válidas. La codificación la realizaron de forma independiente dos investigadores, y la fiabilidad se calculó en un 86 %. Como resultado del análisis, las metáforas se agruparon en seis categorías principales:

El dinero como necesidad vital/básica (30 %, $n = 41$): la categoría más predominante. Destacaron metáforas como «agua» (24), oxígeno, aliento, pan, corazón, sangre, padre y familia. El dinero se percibe como un elemento indispensable para mantener la vida; su ausencia genera una carencia vital. Los participantes percibían el dinero como equivalente a las necesidades biológicas y de seguridad. El dinero como recurso instrumental/funcional (23 %, $f = 31$): Metáforas como «llave» (6), herramienta, combustible, puente, brújula y tarjeta sin contacto. El dinero es un instrumento práctico que permite alcanzar objetivos y facilita la vida. Cuando se utiliza correctamente, se considera una fuente de motivación y productividad. El dinero como herramienta de poder, control y estatus (15 %, $n = 20$): metáforas como «poder» (9), arma, independencia, Karún (Creso) y bolso de lujo. El dinero se percibe como un símbolo que crea jerarquías sociales y proporciona autoridad y prestigio. Esta categoría es más pronunciada entre los estudiantes varones. El dinero como proceso natural e inevitable (12 %, $f = 16$): viento, arena, lluvia, estación, pájaro, jabón. El dinero tiene una naturaleza fluida, temporal, cíclica y difícil de controlar. Las experiencias de incertidumbre económica e inflación refuerzan esta percepción.

El dinero como riesgo, peligro y elemento que requiere gestión (11 %, $n = 15$): fuego, medicina, acantilado, sal, seta. El dinero es un arma de doble filo: aporta beneficios cuando se gestiona correctamente y causa daño cuando se utiliza mal. Esta categoría refleja la conciencia de riesgo de los estudiantes. El dinero como experiencia emocional y psicológica (10 %, $n = 13$): felicidad, paz, amor, droga, juego, enfermedad. El dinero genera emociones tanto positivas (confianza, felicidad) como negativas (estrés, dependencia). Las metáforas emocionales son más frecuentes entre las estudiantes. La metáfora que más se repitió fue «agua» ($f=24$). Los resultados indican que las percepciones sobre el dinero van más allá del ámbito económico para abarcar dimensiones existenciales, sociales, emocionales y de gestión del riesgo.

Los estudiantes conceptualizan el dinero no como una herramienta económica unidimensional, sino como un fenómeno con múltiples facetas. El predominio de las categorías de «necesidad básica» e «instrumentalidad» (53 %) refleja la vulnerabilidad financiera de los jóvenes; las metáforas de poder y estatus reflejan percepciones del capital sociocultural; mientras que las metáforas de riesgo y emocionales reflejan la relación contradictoria coherente con la literatura sobre economía conductual. Los resultados coinciden con el

estudio de Şimşek (2020) realizado con estudiantes de secundaria, pero revelan una mayor conciencia del riesgo y su gestión en el ámbito universitario. Cabe destacar las diferencias por género y por facultad: las mujeres tendían a utilizar más metáforas emocionales y vitales, mientras que los hombres preferían metáforas orientadas al poder y al estatus. Las facultades de economía y de ingeniería mostraron una mayor inclinación hacia las percepciones funcionales, mientras que las de educación y salud se inclinaron hacia percepciones emocionales y basadas en el riesgo. El estudio subraya la insuficiencia de los programas tradicionales de educación financiera. Dichos programas no deberían limitarse únicamente a la transferencia de conocimientos cognitivos, sino que deberían adoptar un enfoque holístico que aborde también las percepciones metafóricas, las actitudes emocionales y los significados simbólicos de los estudiantes. Deberían integrarse módulos psicosociales que abarquen la gestión del riesgo, la conciencia emocional y una crítica de la cultura de consumo.

Los resultados de la investigación son específicos de una única universidad pública (Amasya) y no pretenden tener generalizabilidad estadística. No se analizó en detalle el estatus socioeconómico. Estudios futuros podrían examinar la evolución de estas percepciones utilizando muestras más amplias, métodos mixtos y diseños longitudinales. Este estudio aporta una contribución original a la literatura al poner de manifiesto la naturaleza multidimensional de la percepción del dinero a través del análisis de metáforas. Desarrollar una relación consciente y equilibrada con el dinero es de vital importancia para el bienestar financiero y la salud psicológica de los jóvenes adultos. Los resultados obtenidos pueden servir de guía para diseñar programas de educación financiera más eficaces en las universidades.

Palabras clave: Economía, percepción del dinero, metáfora, estudiantes universitarios, fenomenología, investigación cualitativa, alfabetización financiera.

结构化摘要:

本研究旨在通过现象学方法，探讨大学生对“金钱”这一概念的隐喻性认知。尽管在古典和现代经济学文献中，金钱被定义为交换媒介、价值尺度及价值储藏手段，但在当代社会中，它已成为一种与社会地位、心理状态、权力关系及文化意义相互交织的多维现象。在当今世界，金钱对决策过程、人际关系、信任感以及未来规划都产生了重大影响。尤其是大学生，由于经济资源有限、依赖奖学金或家庭支持、债务负担日益加重、消费压力以及职业前景的不确定性，他们与金钱之间往往存在着一种激烈且常常充满矛盾的关系。在这个过渡时期，学生们将金钱不仅视为一种理论工具，更将其视为植根于日常生活体验的具体现象。本研究旨在通过隐喻分析揭示这些认知。

货币是经济思想史上最古老、也最具争议的概念之一。据古典和现代经济学家所言，货币在确保宏观经济稳定、控制通货膨胀以及支持经济增长方面发挥着重要作用。相比之下，跨学科研究则强调，货币作为一种强大的象征，能够量化社会关系，促进个体化和异化，并构建权力和地位的等级体系。行为经济学文献表明，财务决策往往并非由纯粹的理性所决定，而是受心理表征、情绪、直觉和认知偏见的影响。在此背景下，隐喻分析为揭示个体对金钱的隐含意义和态度提供了一种有效方法。

本研究以阿马西亚大学各院系的136名学生（79名女性，57名男性）为研究对象。采用最大变异抽样法，以确保在性别、院系、年级及社会经济背景方面的多样性。数据收集工具采用基于“金钱就像.....因为.....”句式填空的开放式隐喻问卷。数据于2026年3月通过面对面访谈收集，并采用定性内容分析法进行分析。在收集的150份问卷中，14份被视为无效，其余问卷共获得61个有效隐喻。两名研究者独立进行编码，可靠性系数为86%。分析结果将隐喻归纳为六个主要类别：

金钱作为生存/基本需求（30%，n=41）：这是最主要的类别。其中，“水”（24次）、氧气、呼吸、面包、心脏、血液、父亲和家庭等隐喻尤为突出。金钱被视为维持生命不可或缺的要素；其缺失会导致生存上的匮乏。参与者将金钱视为与生理需求和安全需求等同的存在。金钱作为工具性/功能性资源（23%，f=31）：包含“钥匙”（6）、工具、燃料、桥梁、指南针和非接触式卡片等隐喻。金钱是一种实用的工具，能够帮助实现目标并便利生活。若使用得当，它被视为动力和生产力的来源。金钱作为权力、控制与地位的工具（15%，n=20）：隐喻包括“权力”（9）、武器、独立、卡

鲁恩（克罗伊索斯）和奢侈品包。金钱被视为一种象征，它构建社会等级体系，并赋予权威与声望。这一类别在男学生中更为突出。金钱作为自然且不可避免的过程（12%，n=16）：风、沙、雨、季节、鸟、肥皂。金钱具有流动、暂时、循环且难以控制的特性。经济不确定性和通货膨胀的经历强化了这种认知。金钱作为风险、危险及需要管理的要素（11%，n=15）：火、药物、悬崖、盐、蘑菇。金钱是一把双刃剑；管理得当可带来益处，滥用则会造成伤害。这一类别反映了学生对风险的认知。金钱作为情感与心理体验（10%，n=13）：幸福、平静、爱、毒品、赌博、疾病。金钱既能引发积极情绪（自信、快乐），也能引发消极情绪（压力、依赖）。情感类隐喻在女学生中更为普遍。出现频率最高的隐喻是“水”（f=24）。研究结果表明，对金钱的认知已超越经济范畴，延伸至存在主义、社会、情感及风险管理等维度。

学生将金钱视为一种多层次的现象，而非单一的经济工具。基本需求和工具性类别（53%）的占主导地位，反映了年轻人的财务脆弱性；权力与地位隐喻反映了对社会文化资本的认知；而风险与情感隐喻则反映了与行为经济学文献一致的矛盾关系。该研究结果与Şimşek（2020）针对高中生开展的研究相呼应，但揭示出大学阶段学生对风险及风险管理的意识有所增强。性别和院系之间的差异值得注意：女性倾向于使用更多情感性和生命相关的隐喻，而男性则更偏好以权力和地位为导向的隐喻。经济学和理工类院系更倾向于功能性认知，而教育和健康类院系则更倾向于情感性和基于风险的认知。本研究凸显了传统金融素养课程的不足。此类课程不应仅限于认知知识的传授，而应采取一种整体性方法，同时关注学生的隐喻认知、情感态度及象征意义。应整合涵盖风险管理、情感觉察以及对消费文化批判的心理社会模块。

本研究结果仅针对一所公立大学（阿马西亚大学），不主张具有统计学上的普适性。本研究未对社会经济地位进行详细分析。未来研究可利用更大的样本量、混合研究方法及纵向研究设计，探讨这些认知的演变过程。本研究通过隐喻分析揭示了金钱认知的多维性，为相关文献做出了原创性贡献。建立一种自觉且平衡的金钱关系，对于年轻人的财务福祉和心理健康至关重要。所得研究结果可作为高校设计更有效金融教育项目的指南。

关键词：经济学、金钱认知、隐喻、大学生、现象学、定性研究、金融素养。

Структурированное Резюме:

Цель данного исследования — изучить метафорические представления, которые студенты вузов связывают с понятием «деньги», с использованием феноменологического подхода. Хотя в классической и современной экономической литературе деньги определяются как средство обмена, мера стоимости и средство сбережения, в современных обществах они превратились в многомерное явление, тесно переплетенное с социальным статусом, психологическими состояниями, властными отношениями и культурными значениями. В современном мире деньги оказывают значительное влияние на процессы принятия решений, межличностные отношения, чувство доверия и планирование будущего. В частности, студенты вузов испытывают интенсивные и зачастую противоречивые отношения с деньгами из-за ограниченных финансовых ресурсов, зависимости от стипендий или поддержки семьи, растущего долгового бремени, давления со стороны потребительских тенденций и неопределенности в отношении карьеры. В этот переходный период студенты воспринимают деньги не просто как теоретический инструмент, но как конкретное явление, основанное на повседневном жизненном опыте. Исследование направлено на выявление этих представлений посредством анализа метафор.

Деньги — одно из древнейших и наиболее обсуждаемых понятий в истории экономической мысли. По мнению классических и современных экономистов, деньги играют важную роль в обеспечении макроэкономической стабильности, сдерживании инфляции и поддержке экономического роста. В то же время междисциплинарные подходы подчеркивают, что деньги функционируют как мощный символ, который количественно выражает социальные отношения, способствует индивидуализации и отчуждению, а также создает иерархии власти и статуса. Литература по поведенческой экономике показывает, что финансовые решения зачастую определяются не чистой рациональностью, а ментальными представлениями, эмоциями, интуицией и когнитивными

искажениями. В этом контексте анализ метафор представляет собой эффективный метод выявления скрытых значений и отношений отдельных людей к деньгам.

Исследование было проведено среди 136 студентов (79 девушек, 57 юношей), обучающихся на различных факультетах Университета Амасьи. Для обеспечения разнообразия по признакам пола, факультета, курса обучения и социально-экономического происхождения была использована выборка максимальной вариации. В качестве инструмента сбора данных использовалась форма с открытыми вопросами, основанная на завершении предложения «Деньги — это как... Потому что...». Сбор данных осуществлялся посредством личных интервью в марте 2026 года, а анализ проводился с использованием качественного контент-анализа. Из 150 собранных анкет 14 были признаны недействительными, а из остальных было получено 61 действительную метафору. Кодирование проводилось независимо двумя исследователями, при этом коэффициент надежности составил 86 %. По результатам анализа метафоры были сгруппированы в шесть основных категорий:

Деньги как жизненно важная/основная потребность (30 %, $f = 41$): наиболее доминирующая категория. Преобладали такие метафоры, как «вода» (24), кислород, дыхание, хлеб, сердце, кровь, отец и семья. Деньги воспринимаются как незаменимый элемент для поддержания жизни; их отсутствие создает жизненный дефицит. Участники воспринимали деньги как эквивалент биологических потребностей и потребностей в безопасности. Деньги как инструментальный/функциональный ресурс (23 %, $f = 31$): преобладали такие метафоры, как «ключ» (6), инструмент, топливо, мост, компас и бесконтактная карта. Деньги — это практический инструмент, позволяющий достигать целей и облегчающий жизнь. При правильном использовании они рассматриваются как источник мотивации и продуктивности. Деньги как инструмент власти, контроля и статуса (15 %, $f = 20$): метафоры, такие как «власть» (9), оружие, независимость, Карун (Крез) и роскошная сумка. Деньги воспринимаются как символ, создающий социальные иерархии и обеспечивающий авторитет и престиж. Эта категория более выражена среди студентов-мужчин. Деньги как естественный и неизбежный процесс (12 %, $f = 16$): ветер, песок, дождь, время года, птица, мыло. Деньги обладают изменчивой, временной, циклической и трудноконтролируемой природой. Ощущение экономической неопределённости и инфляция укрепляют это восприятие.

Деньги как риск, опасность и элемент, требующий управления (11 %, $f = 15$): огонь, лекарство, обрыв, соль, гриб. Деньги — это палка о двух концах: при правильном управлении они приносят пользу, а при неправильном использовании — вред. Эта категория отражает осознание студентами существующего риска. Деньги как эмоциональный и психологический опыт (10 %, $f = 13$): счастье, покой, любовь, наркотик, азартные игры, болезнь. Деньги вызывают как положительные (уверенность, счастье), так и отрицательные (стресс, зависимость) эмоции. Эмоциональные метафоры чаще встречаются среди студенток. Наиболее часто повторяющейся метафорой была «вода» ($f=24$). Полученные результаты указывают на то, что восприятие денег выходит за пределы экономической сферы и охватывает экзистенциальные, социальные, эмоциональные аспекты, а также аспекты управления рисками.

Студенты воспринимают деньги не как одномерный экономический инструмент, а как многослойное явление. Доминирование категорий «базовые потребности» и «инструментальность» (53 %) отражает финансовую уязвимость молодёжи; метафоры, связанные с властью и статусом, отражают восприятие социокультурного капитала; в то время как метафоры, связанные с риском и эмоциями, отражают противоречивые отношения, что согласуется с литературой по поведенческой экономике. Полученные результаты перекликаются с исследованием Шимшека (2020), проведенным среди учащихся старших классов, но свидетельствуют о более высокой осведомленности о рисках и управлении ими на университетском уровне. Следует отметить различия по полу и по факультетам: женщины, как правило, использовали больше эмоциональных и жизненно важных метафор, тогда как мужчины предпочитали метафоры, ориентированные на власть и статус. Факультеты экономики и технических специальностей продемонстрировали большую склонность к функциональному восприятию, в то время как факультеты образования и здравоохранения склонялись к эмоциональному и рискоориентированному восприятию. Исследование подчеркивает неадекватность традиционных программ финансовой грамотности. Такие программы не должны ограничиваться исключительно передачей когнитивных знаний; они должны использовать целостный подход, который также учитывает метафорические представления студентов, их эмоциональные установки и символические

значения. Необходимо интегрировать психосоциальные модули, охватывающие управление рисками, эмоциональную осведомленность и критический анализ потребительской культуры.

Результаты исследования относятся конкретно к одному государственному университету (Амасия) и не претендуют на статистическую обобщаемость. Социально-экономический статус не анализировался подробно. В будущих исследованиях можно изучить эволюцию этих представлений с использованием более крупных выборок, смешанных методов и продольных дизайнов. Данное исследование вносит оригинальный вклад в научную литературу, раскрывая многомерный характер восприятия денег посредством анализа метафор. Формирование осознанного и сбалансированного отношения к деньгам имеет решающее значение для финансового благополучия и психологического здоровья молодых людей. Полученные результаты могут служить ориентиром для разработки более эффективных программ финансового образования в университетах.

Ключевые слова: экономика, восприятие денег, метафора, студенты университетов, феноменология, качественное исследование, финансовая грамотность.

संरचित सारांश:

यह अध्ययन एक अनुभवजन्य दृष्टिकोण के माध्यम से उन रूपकात्मक धारणाओं की जांच करना चाहता है जो विश्वविद्यालय के छात्र "पैसे" की अवधारणा से जोड़ते हैं। जबकि पैसे को शास्त्रीय और आधुनिक अर्थशास्त्र की विद्वता में विनिमय का माध्यम, मूल्य का माप और मूल्य का भंडार के रूप में परिभाषित किया गया है, यह समकालीन समाजों में सामाजिक स्थिति, मनोवैज्ञानिक अवस्थाओं, शक्ति संबंधों और सांस्कृतिक अर्थों के साथ गुंथी हुई एक बहुआयामी घटना बन गई है।

आज की दुनिया में, पैसा निर्णय लेने की प्रक्रियाओं, पारस्परिक संबंधों, विश्वास की भावना और भविष्य की योजना को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करता है। विशेष रूप से विश्वविद्यालय के छात्र सीमित वित्तीय संसाधनों, छात्रवृत्ति या पारिवारिक सहायता पर निर्भरता, बढ़ते ऋण बोझ, उपभोग के दबाव और करियर की अनिश्चितताओं के कारण पैसे के साथ एक तीव्र और अक्सर विरोधाभासी संबंध का अनुभव करते हैं। इस संक्रमणकालीन अवधि के दौरान, छात्र पैसे को केवल एक सैद्धांतिक उपकरण के रूप में नहीं बल्कि एक ठोस घटना के रूप में मानते हैं जो दैनिक जीवन के अनुभवों पर आधारित है। यह शोध रूपक विश्लेषण के माध्यम से इन धारणाओं को उजागर करने का लक्ष्य रखता है।

आर्थिक विचार के इतिहास में पैसा सबसे पुराने और सबसे अधिक विवादास्पद अवधारणाओं में से एक है। शास्त्रीय और आधुनिक अर्थशास्त्रियों के अनुसार, पैसा स्थूल आर्थिक स्थिरता सुनिश्चित करने, मुद्रास्फीति को नियंत्रित करने और आर्थिक विकास में सहायता करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसके विपरीत, अंतःविषय दृष्टिकोण इस बात पर जोर देते हैं कि पैसा एक शक्तिशाली प्रतीक के रूप में कार्य करता है जो सामाजिक संबंधों को मात्रात्मक रूप देता है, व्यक्तिगतता और अलगाव को बढ़ावा देता है, और शक्ति तथा दर्जे की श्रेणियाँ बनाता है। व्यवहारिक अर्थशास्त्र का साहित्य दर्शाता है कि वित्तीय निर्णय अक्सर शुद्ध तर्कसंगतता से नहीं बल्कि मानसिक प्रस्तुतियों, भावनाओं, सहज ज्ञान और संज्ञानात्मक पूर्वाग्रहों से आकार लेते हैं। इस संदर्भ में, रूपक विश्लेषण धन के प्रति व्यक्तियों के निहितार्थों और दृष्टिकोणों को उजागर करने के लिए एक प्रभावी विधि प्रदान करता है।

यह अध्ययन अमासिया विश्वविद्यालय की विभिन्न शैक्षणिक इकाइयों में नामांकित 136 छात्रों (79 महिला, 57 पुरुष) के साथ किया गया था। लिंग, विभाग, अध्ययन के वर्ष और सामाजिक-आर्थिक पृष्ठभूमि के मामले में विविधता सुनिश्चित करने के लिए अधिकतम भिन्नता नमूनाकरण (maximum variation sampling) का उपयोग किया गया था। "पैसा ... जैसा है क्योंकि ..." वाक्य को पूरा करने पर आधारित एक खुले-अंत रूपक प्रपत्र (open-ended metaphor form) को डेटा संग्रहण उपकरण के रूप में उपयोग किया गया था। मार्च 2026 में आमने-सामने साक्षात्कार के माध्यम से डेटा एकत्र किया गया और गुणात्मक सामग्री विश्लेषण (qualitative content analysis) का उपयोग करके उसका विश्लेषण किया गया। एकत्र किए गए 150 प्रपत्रों में से, 14 को अमान्य माना गया, और शेष में से 61 मान्य रूपक प्राप्त हुए। दो शोधकर्ताओं द्वारा स्वतंत्र रूप से कोडिंग की गई, और विश्वसनीयता 86% की गणना की गई। विश्लेषण के परिणामस्वरूप, रूपकों को छह मुख्य श्रेणियों में समूहित किया गया:

पैसा एक महत्वपूर्ण/मूलभूत आवश्यकता के रूप में (30%, $f=41$): सबसे प्रमुख श्रेणी। "पानी" (24), ऑक्सीजन, सांस, रोटी, दिल, खून, पिता और परिवार जैसे रूपक प्रमुख थे। पैसे को जीवन बनाए रखने के लिए एक अपरिहार्य तत्व के रूप में देखा जाता है; इसकी अनुपस्थिति एक महत्वपूर्ण कमी पैदा करती है। प्रतिभागियों ने पैसे को जैविक और सुरक्षा

संबंधी जरूरतों के समकक्ष माना। पैसा एक साधनात्मक/कार्यात्मक संसाधन के रूप में (23%, $f=31$): "चाबी" (6), उपकरण, ईंधन, पुल, कम्पास, और कॉन्टैक्टलेस कार्ड जैसे रूपक। पैसा एक व्यावहारिक साधन है जो लक्ष्यों की प्राप्ति को सक्षम बनाता है और जीवन को सुगम बनाता है। जब सही तरीके से उपयोग किया जाता है, तो इसे प्रेरणा और उत्पादकता के स्रोत के रूप में माना जाता है। पैसा शक्ति, नियंत्रण और दर्जे के एक उपकरण के रूप में (15%, $f=20$): "शक्ति" (9), हथियार, स्वतंत्रता, क्रोएसस (Karun), और लक्ज़री बैग जैसे रूपक। पैसे को एक ऐसे प्रतीक के रूप में देखा जाता है जो सामाजिक पदानुक्रम बनाता है और अधिकार तथा प्रतिष्ठा प्रदान करता है। यह श्रेणी पुरुष छात्रों के बीच अधिक प्रचलित है। पैसा एक प्राकृतिक और अपरिहार्य प्रक्रिया के रूप में (12%, $f=16$): हवा, रेत, बारिश, मौसम, पक्षी, साबुन। पैसे का स्वभाव तरल, अस्थायी, चक्रीय और नियंत्रित करने में मुश्किल होता है। आर्थिक अनिश्चितता और मुद्रास्फीति के अनुभव इस धारणा को मजबूत करते हैं।

पैसा एक जोखिम, खतरा और प्रबंधन की आवश्यकता वाला तत्व (11%, $f=15$): आग, दवा, चट्टान, नमक, मशरूम। पैसा दोधारी तलवार है; सही ढंग से प्रबंधित करने पर यह लाभ प्रदान करता है और दुरुपयोग करने पर हानि पहुँचाता है। यह श्रेणी छात्रों की जोखिम की जागरूकता को दर्शाती है। पैसा एक भावनात्मक और मनोवैज्ञानिक अनुभव (10%, $f=13$): खुशी, शांति, प्यार, नशा, जुआ, बीमारी। पैसा सकारात्मक (आत्मविश्वास, खुशी) और नकारात्मक (तनाव, निर्भरता) दोनों तरह की भावनाएँ उत्पन्न करता है। भावनात्मक रूपक छात्रों में अधिक प्रचलित हैं। सबसे अधिक बार दोहराया जाने वाला रूपक "पानी" ($f=24$) था। निष्कर्ष बताते हैं कि पैसे के प्रति धारणाएँ आर्थिक क्षेत्र से परे जाकर अस्तित्वगत, सामाजिक, भावनात्मक और जोखिम प्रबंधन आयामों को भी शामिल करती हैं। विद्यार्थी पैसे को एक-आयामी आर्थिक उपकरण के रूप में नहीं बल्कि एक बहु-स्तरीय घटना के रूप में अवधारित करते हैं। बुनियादी जरूरत और साधन-सम्बंधी श्रेणियों (53%) का प्रभुत्व युवाओं की वित्तीय कमजोरी को दर्शाता है; शक्ति और दर्जे के रूपक सामाजिक-सांस्कृतिक पूंजी की धारणाओं को दर्शाते हैं; जबकि जोखिम और भावनात्मक रूपक व्यवहारिक अर्थशास्त्र साहित्य के अनुरूप विरोधाभासी संबंध को दर्शाते हैं। ये निष्कर्ष शिमशेक (2020) के हाई स्कूल के छात्रों पर किए गए अध्ययन के समानांतर हैं, लेकिन विश्वविद्यालय स्तर पर जोखिम और प्रबंधन की बढ़ी हुई जागरूकता को प्रकट करते हैं। लिंग और अकादमिक इकाई के अनुसार अंतर उल्लेखनीय हैं: महिलाओं में अधिक भावनात्मक और जीवन-संबंधी रूपकों का उपयोग करने की प्रवृत्ति थी, जबकि पुरुषों ने शक्ति और पद-उन्मुख रूपकों को प्राथमिकता दी। अर्थशास्त्र और तकनीकी विभागों में कार्यात्मक धारणाओं की ओर अधिक झुकाव दिखा, जबकि शिक्षा और स्वास्थ्य विभाग भावनात्मक और जोखिम-आधारित धारणाओं की ओर झुके हुए थे। यह अध्ययन पारंपरिक वित्तीय साक्षरता कार्यक्रमों की अपर्याप्तता पर ज़ोर देता है। ऐसे कार्यक्रमों को केवल संज्ञानात्मक ज्ञान हस्तांतरण तक सीमित नहीं होना चाहिए; उन्हें एक समग्र दृष्टिकोण अपनाना चाहिए जो छात्रों की रूपक धारणाओं, भावनात्मक रवैये और प्रतीकात्मक अर्थों को भी संबोधित करे। जोखिम प्रबंधन, भावनात्मक जागरूकता और उपभोक्ता संस्कृति की आलोचना को शामिल करने वाले मनोसामाजिक मॉड्यूल को एकीकृत किया जाना चाहिए। अनुसंधान निष्कर्ष एकल सार्वजनिक विश्वविद्यालय (अमासिया) के लिए विशिष्ट हैं और सांख्यिकीय सामान्यीकरण का दावा नहीं करते हैं। सामाजिक-आर्थिक स्थिति का विस्तार से विश्लेषण नहीं किया गया। भविष्य के अध्ययन बड़े नमूनों, मिश्रित तरीकों और दीर्घकालिक डिज़ाइनों का उपयोग करके इन धारणाओं के विकास की जांच कर सकते हैं। यह अध्ययन रूपक विश्लेषण के माध्यम से धन धारणा की बहुआयामी प्रकृति को दृश्यमान बनाकर साहित्य में एक मौलिक योगदान देता है। युवा वयस्कों की वित्तीय भलाई और मनोवैज्ञानिक स्वास्थ्य के लिए धन के साथ एक सचेत और संतुलित संबंध विकसित करना अत्यंत महत्वपूर्ण है। प्राप्त निष्कर्ष विश्वविद्यालयों में अधिक प्रभावी वित्तीय शिक्षा कार्यक्रमों को डिज़ाइन करने के लिए एक मार्गदर्शक के रूप में काम कर सकते हैं।

।कीवर्ड: अर्थशास्त्र, धन धारणा, रूपक, विश्वविद्यालय के छात्र, घटनामूलक दर्शन, गुणात्मक अनुसंधान, वित्तीय साक्षरता।

Yapılandırılmış Özet:

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin "para" kavramına yükledikleri metaforik algıları fenomenolojik bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamaktadır. Klasik ve modern iktisat literatüründe para, değişim aracı, değer ölçüsü ve değer saklama aracı olarak tanımlanırken; günümüz toplumlarında sosyal statü, psikolojik durum, güç ilişkileri ve kültürel anlamlarla iç içe geçmiş çok boyutlu bir olgu haline gelmiştir. Günümüz toplumlarında para, karar verme süreçlerini, kişilerarası ilişkileri, güven duygusunu ve geleceğe ilişkin planlamaları önemli ölçüde etkilemektedir. Özellikle üniversite öğrencileri; sınırlı finansal kaynaklar, burs veya aile desteğine bağımlılık, artan borç yükü, tüketim baskıları ve kariyer belirsizlikleri nedeniyle para ile yoğun ve çoğu zaman çelişkili bir ilişki yaşamaktadır. Bu geçiş döneminde öğrenciler, parayı yalnızca kuramsal bir araç olarak değil, gündelik yaşam deneyimlerine dayanan somut bir olgu olarak

kavramsallaştırmaktadır. Özellikle üniversite öğrencileri, sınırlı gelir kaynakları, borçlanma, tüketim baskıları ve gelecek belirsizlikleri nedeniyle para ile yoğun ve çelişkili bir ilişki içindedir. Araştırma, bu algıları metafor analizi yoluyla ortaya koymayı hedeflemektedir.

Para, iktisadi düşünce tarihinin en eski ve en çok tartışılan kavramlarından biridir. Klasik ve modern iktisatçılara göre, paranın makroekonomik istikrarın sağlanması, enflasyonun kontrolü ve ekonomik büyümenin desteklenmesindeki önemli bir rolü bulunmaktadır. Buna karşılık disiplinlerarası yaklaşımlar, paranın toplumsal ilişkileri nicelleştiren, bireyselleşme ve yabancılaşmayı teşvik eden, güç ve statü hiyerarşileri yaratan güçlü bir sembol olarak işlev gördüğünü vurgulamaktadır. Davranışsal iktisat literatürü, finansal kararların çoğu zaman salt rasyonalite yerine zihinsel temsiller, duygular, sezgiler ve bilişsel önyargılar tarafından şekillendirildiğini göstermektedir. Bu bağlamda metafor analizi, bireylerin paraya ilişkin örtük anlamlarını ve tutumlarını ortaya çıkarmada etkili bir yöntem sunmaktadır.

Çalışma, Amasya Üniversitesi'nin çeşitli akademik birimlerinde öğrenim gören 136 öğrenciyle (79 kadın, 57 erkek) yürütülmüştür. Maksimum çeşitlilik örneklemesi kullanılarak cinsiyet, bölüm, sınıf ve sosyoekonomik çeşitlilik sağlanmıştır. Veri toplama aracı olarak "Para ... gibidir. Çünkü ..." cümlesini tamamlamaya dayalı açık uçlu metafor formu kullanılmıştır. Veriler, Mart 2026'da yüz yüze görüşmelerle toplanmış, nitel içerik analiziyle çözümlenmiştir. 150 formdan 14'ü geçersiz sayılmış, kalanlardan 61 geçerli metafor elde edilmiştir. Kodlama iki araştırmacı tarafından bağımsız yapılmış ve güvenilirlik %86 olarak hesaplanmıştır. Analiz sonucunda metaforlar altı ana kategori altında gruplanmıştır:

Yaşamsal/Temel İhtiyaç Olarak Para (%30, f=41): en baskın kategori. "Su" (24), oksijen, nefes, ekmek, kalp, kan, baba, aile gibi metaforlar öne çıkmaktadır. Para, yaşamın sürdürülebilmesi için vazgeçilmez bir unsur olarak görülmekte; yokluğu hayati bir eksiklik yaratmaktadır. Katılımcılar parayı biyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarıyla eşdeğer düzeyde algılamaktadır. Araçsal/İşlevsel Kaynak Olarak Para (%23, f=31): "Anahtar" (6), araç, yakıt, köprü, pusula, temassız kart gibi metaforlar. Para, hedeflere ulaşmayı sağlayan, hayati kolaylaştıran pratik bir araçtır. Doğru kullanıldığında motivasyon ve üretkenlik kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Güç, Kontrol ve Statü Aracı Olarak Para (%15, f=20): "Güç" (9), silah, bağımsızlık, Karun, lüks çanta. Para, sosyal hiyerarşi yaratan, otorite ve prestij sağlayan bir sembol olarak algılanmaktadır. Özellikle erkek öğrencilerde bu kategori daha belirgindir. Doğal ve Kaçınılmaz Süreç Olarak Para (%12, f=16): Rüzgâr, kum, yağmur, mevsim, kuş, sabun. Para akışkan, geçici, döngüsel ve kontrol edilmesi zor bir yapıdadır. Ekonomik belirsizlik ve enflasyon deneyimi bu algıyı güçlendirmektedir. Risk, Tehlike ve Yönetim Gerektiren Unsur Olarak Para (%11, f=15): Ateş, ilaç, uçurum, tuz, mantar. Para çift yönlüdür; doğru yönetildiğinde fayda sağlar, yanlış kullanıldığında zarar verir. Bu kategori, öğrencilerin risk farkındalığını yansıtmaktadır. Duygusal ve Psikolojik Deneyim Olarak Para (%10, f=13): Mutluluk, huzur, aşk, uyuşturucu, kumar, hastalık. Para hem olumlu (güven, mutluluk) hem olumsuz (stres, bağımlılık) duygular üretir. Kadın öğrencilerde duygusal metaforlar daha yaygındır. En sık tekrarlanan metafor "su" (f=24) olmuştur. Bulgular, para algısının ekonomik olmanın ötesinde varoluşsal, toplumsal, duygusal ve risk yönetimi boyutları içerdiğini göstermektedir.

Öğrenciler parayı tek boyutlu bir ekonomik araç olarak değil, çok katmanlı bir olgu olarak kavramsallaştırmaktadır. Temel ihtiyaç ve araçsallık kategorilerinin baskınlığı (%53), gençlerin finansal kırılganlığını; güç ve statü metaforları sosyo-kültürel sermaye algısını; risk ve duygusal metaforlar ise davranışsal iktisat literatürüyle uyumlu çelişkili ilişkiyi yansıtmaktadır. Bulgular, Şimşek'in (2020) lise çalışmasıyla paralellik göstermekte ancak üniversite düzeyinde risk ve yönetim farkındalığının arttığını ortaya koymaktadır. Cinsiyet ve akademik birim açısından farklılıklar dikkat çekicidir: Kadınlar daha çok duygusal ve yaşamsal metaforlar kullanırken, erkekler güç ve statü odaklı metaforları tercih etmiştir. İktisadi ve teknik bölümler işlevsel, eğitim ve sağlık bölümleri ise duygusal-risk temelli algılara daha yatkındır. Araştırma, geleneksel finansal okuryazarlık eğitimlerinin yetersiz kaldığını vurgulamaktadır. Programlar yalnızca bilişsel bilgi aktarımıyla sınırlı kalmamalı; öğrencilerin metaforik algılarını, duygusal tutumlarını ve sembolik anlamlarını da ele alan bütüncül bir yaklaşıma yönelmelidir. Risk yönetimi, duygusal farkındalık ve tüketim kültürü eleştirisi gibi psikososyal modüller entegre edilmelidir.

Araştırma bulguları tek bir devlet üniversitesine (Amasya) özgüdür ve istatistiksel genelleme iddiası taşımamaktadır. Sosyoekonomik durum detaylı analiz edilmemiştir. Gelecek çalışmalar daha geniş örneklem, karma yöntemler ve boylamsal tasarımlarla bu algıların değişimini inceleyebilir. Bu çalışma, para algısının çok boyutlu doğasını metafor analiziyle görünür kılarak literatüre özgün katkı sunmaktadır. Genç yetişkinlerin finansal iyi oluşu ve psikolojik sağlığı açısından bilinçli ve dengeli bir para ilişkisi geliştirmeleri

kritik önem taşımaktadır. Elde edilen bulgular, üniversitelerde daha etkili finansal eğitim programlarının tasarlanmasına rehberlik edebilir.

Anahtar Kelimeler: İktisat, Para algısı, Metafor, Üniversite Öğrencileri, Fenomenoloji, Nitel Araştırma, Finansal Okuryazarlık.

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625



University Students' Metaphorical Perceptions of the Concept of Money

Introduction

The concept of money is one of the oldest, most fundamental, and most debated elements of economic thought, occupying a central position in both theoretical and applied literature. From classical economics to modern monetary theories, money has been defined not merely as a medium of exchange but as a dynamic instrument that enables the functioning of the economic system, provides the measurement of value, stores purchasing power over time, and is used in future payments (Fisher, 1911; Keynes, 1936; Friedman, 1956). In this respect, money goes beyond being a technical tool and constitutes a strategic variable that is directly related to macroeconomic equilibrium, price stability, production/consumption processes, and economic growth.

In the Turkish economic literature, İlker Parasız offers an important reference for the systematic treatment of the phenomenon of money. In the work in question, money is evaluated within the framework of money supply and demand, monetary policy instruments, and its relationship with financial markets, and is positioned as one of the fundamental determinants of macroeconomic stability. Within this framework, money is regarded as a basic instrument that assumes a central role in the functioning of the economic system (Parasız, 2016).

However, money, beyond being merely an economic variable, carries the quality of a powerful socio-cultural symbol. In modern societies, money has transformed into a form of value that represents the individual's social status, sense of security, feelings of power and independence (Simmel, 2004; Zelizer, 1994). While Simmel's classical study examines the transformative effect of money in the processes of individualization, alienation, and the quantification of social relations in modern society; Zelizer, on the other hand, shows how the "social meanings" of money are differentiated and reinterpreted by individuals according to relational contexts. Therefore, money, beyond being an objective tool, is a symbolic structure that occupies a central place in individuals' ways of making sense of the world. According to Silaski & Kilyeni (2011), money is related to processes such as flow, accumulation, and loss, and reflects the cognitive foundations of economic thought.

At this point, Contemporary Metaphor Theory provides a strong explanatory foundation. According to Lakoff & Johnson (1980), metaphors are fundamental cognitive tools that enable individuals to cognitively structure abstract concepts. Abstract economic concepts such as money are interpreted through concrete images (for example, "blood," "time," "power," "poison," "chain of slavery," "freedom") depending on individuals' domains of experience. These metaphors reveal the emotional, moral, and ideological relationships that individuals establish with money; they make visible not only the economic but also the psychological and social dimensions of the concept. One of the limited number of studies that examine young individuals' perceptions of money through metaphors, Şimşek (2020), revealed that high school students define money in opposing poles

(“source of power” – “poison,” “key to life” – “chain of slavery”) and demonstrated that these perceptions are nourished by socio-cultural values and experiential backgrounds.

This approach also overlaps to a high degree with the behavioral economics literature. Behavioral economics shows that economic decisions are often made through mental representations, intuitions, and emotional evaluations rather than purely rational calculations (Kahneman, 2011; Thaler, 2015). Metaphors can be evaluated as important indicators that make the cognitive and emotional relationship individuals establish with money visible. These cognitive and emotional processes are not limited to individual decision-making mechanisms alone; they are also affected by structural transformations occurring in the modes of money usage. Today, the digitalization process is fundamentally transforming the relationship that young individuals establish with money. The widespread adoption of mobile payment systems, electronic money, and crypto assets weakens the physical nature of money while carrying individuals’ perceptions of money toward a more abstract and speed-based structure.

University students represent a strategic group that has intense interaction with money. Elements such as limited income sources, dependence on scholarships and loans, tendency to borrow, consumption pressures, and future uncertainty increase this group’s risk of financial vulnerability; they remove the concept of money from being merely a theoretical phenomenon and add a meaning directly based on life experience (Lusardi, 2019). Especially vocational school students learn monetary economy concepts at an academic level while simultaneously experiencing economic reality in their daily lives. Financial literacy research shows that university students’ knowledge levels are generally low-to-moderate and that this situation creates a gap between attitude and behavior (Chen & Volpe, 2002; Antepli & Kılınç, 2018; Öner & Canbaz, 2024).

This study aims to examine the metaphors developed by students at a state university regarding the concept of “money” within the framework of a phenomenological design¹, to reveal how the concept of money is interpreted in the mental worlds of young individuals, and to contribute to the limited number of metaphor-based studies on money perception in the literature.

Literature Review

Classical and modern economists have defined money not only as a medium of exchange but also as a measure of value, a store of value, and a means of payment; they have emphasized its decisive role in the processes of macroeconomic equilibrium, inflation, and economic growth (Fisher, 1911; Keynes, 1936; Friedman, 1956). However, money carries the quality of a powerful socio-cultural symbol beyond being merely an economic instrument. While Simmel (2004) shows that money transforms the processes of individualization, alienation, and the quantification of social relations in modern society; Zelizer (1994) demonstrates that money is reinterpreted according to relational contexts. Aslan (2019), on the other hand, defines money as a “social relation” and argues that the economic phenomenon is intertwined with social structures.

Metaphorical analyses are also addressed in international studies that examine the structural, ontological, and orientational dimensions of metaphors in economic and financial discourse (Liang, 2021). The impact of these metaphors on financial anxiety, spending intentions, and economic behaviors overlaps with the behavioral economics literature and emphasizes the role of mental representations in decision-making processes (Kahneman, 2011; Thaler, 2015).

¹ For similar studies, see: Pilav & Elkatmış, 2012; Pilav & Uslu Üstten, 2012; Göçer, 2013; Derman, 2014; Çimen Çoşğun et al., 2015; Kahyaoğlu & Çetin, 2015; Aydede Yalçın & Öztürk, 2016; Altun & Batmaz, 2018; Başkan, 2018; Özenç & Dursun, 2018; Avcı Akbel, 2019; Avcı & Gümüş, 2019; Aydın & Çiğerci, 2020; Gök & Özçetin, 2020; Kuralay & Kayıkçı, 2020; Acar Başeğmez & Uyangör, 2021; Karakuş & Bilgin Aksoy, 2021; Tümtürk & Deniz, 2021; Bakırcı et al., 2022; Kurtde Fidan & Yazıcı, 2023; Karışan & Memişoğlu, 2024; Tosun, 2024; Akdi & Acar, 2025; Filiz & Aydın, 2025.

Although direct metaphor studies on the concept of money in Turkey are limited, research on young individuals provides important insights. Particularly, the study titled “Examining High School Students’ Perceptions of the Concept of Money Through Metaphors” conducted by Şimşek (2020) stands out as a pioneering study in this field. Şimşek analyzed high school students’ metaphors related to money through a qualitative approach using content analysis. According to the findings, students most frequently expressed money with the following metaphors: in the positive pole, “source of power,” “key to life,” “freedom,” “security”; in the negative pole, “poison,” “chain of slavery,” “bloodsucker,” “addictive substance.” These opposing metaphorical structures show that money carries both positive (power, independence, security) and negative (threat, corruption, addiction) meanings in the eyes of young individuals. Şimşek’s study reveals that perceptions of money are shaped not only by economic knowledge but also by familial, social, and cultural values, and it establishes an important comparative basis for similar metaphorical examinations at the university level.

The relationship of university students with money, on the other hand, has been addressed predominantly through the dimension of financial literacy. In the international literature, numerous studies have shown that university students’ financial literacy levels are generally low-to-moderate, and that variables such as gender, age, family influence, and educational programs affect these levels (Chen & Volpe, 2002; Ansong & Gyensare, 2012; Arceo-Gómez & Villagómez, 2017; Volpe et al., 1996). Similar results have also been obtained in Turkey:

Studies such as Antepli & Kılınç (2018), Başarır & Sarıhan (2017), Biçer & Altan (2016), Danişman et al. (2016), Elmas & Yılmaz (2016), Ergün et al. (2014), Kılıç et al. (2015), Kaya & Güneş (2019), Kocabıyık & Teker (2018), Ermiş et al. (2025), Öner & Canbaz (2024), Şamiloğlu et al. (2016), Şenbayram (2019), Tekin & Dursun (2021), Tetik (2019), Tuna & Ulu (2016), Yıldız Contuk (2018), and Yılmaz & Aslan (2020) have revealed that university students, and especially vocational school students, generally have insufficient financial literacy levels; and that their knowledge levels remain lower than their attitudes and behaviors. These studies indicate that the concept of money is shaped through practical experiences and that the risk of financial vulnerability is high among young adults. However, research that deeply examines the metaphorical and qualitative dimensions of money perception is quite limited.

More recently, Ermiş et al. (2025) developed and validated a multidimensional financial literacy scale specifically for university students, providing an important and reliable framework for assessing their financial literacy levels. Their study underscored the importance of systematically evaluating university students’ financial knowledge and competencies. Nevertheless, although quantitative instruments make significant contributions to the assessment of financial literacy, understanding university students’ relationship with money also requires qualitative approaches, such as metaphor analysis, that reveal the meanings and perceptions they attribute to the concept of money. In this respect, the present study contributes to the financial literacy literature by examining university students’ metaphorical perceptions of money from a qualitative perspective.

Studies on the historical development of money also enrich the literature (Ayyıldız & Arısal, 2023; Fidan et al., 2019). Digitalization and technological developments are abstracting the perception of money; studies such as Lusardi & Mitchell (2014) emphasize the financial vulnerability risks of young adults and their experience-based meaning acquisition.

While the existing literature addresses the economic, cognitive, and socio-cultural dimensions of the concept of money, the lack of studies that systematically examine university students’ perceptions of money through metaphors using a phenomenological approach draws attention. Although the metaphorical examination conducted by Şimşek (2020) at the high school level constitutes an important pioneering study in this field, the limited number of similar qualitative

studies targeting university students, and especially vocational school students, is considered a significant gap. This study aims to fill this gap.

When the literature is examined, it is observed that studies investigating metaphorical perceptions of the concept of money are quite limited. While money perception in the international arena is generally addressed from behavioral economics and sociological perspectives, the number of qualitative studies that deeply investigate university students' subjective experiences through metaphor analysis is small. In Turkey, however, the study conducted by Şimşek (2020) with high school students fills an important gap in this field. Nevertheless, metaphor-based phenomenological studies focusing on university students, especially young adults from different academic units, constitute a significant gap in the literature. It is considered that the present study offers three important contributions to fill this gap:

1. Systematically revealing, through a phenomenological approach, the experiential and subjective meanings that university students attribute to the concept of money,
2. Using maximum variation sampling in a state university with students from diverse socio-economic and academic profiles,
3. Bringing a holistic perspective that not only describes money perception but also takes into account the psychosocial and emotional dimensions of financial literacy education.

Thus, this research is thought to differentiate itself from Şimşek's (2020) study by moving to the university level, while also carrying the predominantly quantitative structure of existing financial literacy studies to a qualitative depth.

Method

Research Design

This study adopted a phenomenological design because it aims to reveal university students' subjective experiences regarding the concept of "money" and how they make sense of this concept in their mental worlds. Phenomenology is an approach that aims to deeply understand the essence of individuals' lived experiences regarding a phenomenon and the meanings they attribute to these experiences (Sanders, 1982; Van Manen, 1990; Moustakas, 1994; Patton, 2002; Yıldırım & Şimşek, 2006). Since the concept of money is a phenomenon intertwined with students' daily life practices, financial concerns, future expectations, and emotional worlds, the "lived experience" dimension of this concept necessitates a phenomenological inquiry. The metaphor form ("Money is like ... because ...") is a frequently used data collection technique in phenomenological research because metaphors are a powerful tool for concretizing and revealing participants' implicit experiences and meanings regarding abstract concepts (Lakoff & Johnson, 1980; Sönmez & Alacapınar, 2011; Yıldırım & Şimşek, 2006). Thus, the lived relationship that participants establish with money has become accessible through metaphors. For this reason, in this study, the phenomenological approach was used in a holistic manner, incorporating the metaphor as a data collection tool and content analysis in the analysis process.

Study Group

The study group of the research consisted of a total of 150 volunteer students studying in various faculties and vocational schools of Amasya University between March 5 and March 25, 2026. The selection of Amasya University was influenced by its status as a medium-sized state university located in the Black Sea transition region, its hosting of students from diverse socio-economic and cultural backgrounds, the researcher's ease of access to the field, and the student profile's ability to provide sufficient variety for a metaphor study. The data of 14 students in the study group were not included in the analysis because they either did not produce any metaphors or did not provide justifications for the metaphors they produced. From the responses of the remaining 136 students (79

female, 57 male), a total of 61 valid metaphors were obtained. Participants were selected using maximum variation sampling, one of the purposeful sampling methods. In this method, the main purpose is not to make statistical generalizations but to obtain data rich enough to reflect as many different dimensions of the phenomenon under investigation as possible (Yıldırım & Şimşek, 2006). In this direction, an effort was made to achieve a sample that showed diversity in terms of variables such as gender, academic unit (faculty/vocational school), class level, family income level, and place of residence (urban/rural). Gender balance was observed, with 58% of the participants being female and 42% male. Participants were invited on a voluntary basis by the researcher during classes in the relevant faculties and vocational schools and through student clubs. In this process, support was received from faculty members to reach students studying in different academic units of the university. Thus, the aim was to maintain both high academic diversity and high motivation for voluntary participation.

The participants were in the 19-24 age range. By reaching all faculties and vocational schools and increasing the representation rates of students (see Table 1), an attempt was made to ensure diversity in terms of socio-economic level. However, during the data collection process, the detailed demographic information form regarding income level and socio-economic status was deliberately kept limited in order to obtain the most natural and sincere opinions from the participants. Because sensitive issues such as income and socio-economic status can lead to social desirability bias, causing participants to conceal their true perceptions (Ocen, 2025).

The distribution of the study group according to academic units is presented in Table 1 below.

Table 1: Distribution of the Study Group

Department	Students
Faculty of Education	23
Gümüşhacıköy Hasan Duman MYO	17
Merzifon MYO	15
Social Sciences Vocational School	15
Technical Sciences Vocational School	15
Faculty of Arts and Sciences	13
Faculty of Econo.and Administrative Sciences	11
Faculty of Theology	9
Faculty of Architecture	7
Faculty of Engineering	6
Faculty of Health Sciences	5
Total	136

Data Collection Tool

An open-ended metaphor form was used to collect data. Prior to commencing this process, ethical approval was obtained with the decision dated February 9, 2026, numbered E-30640013-108.01-316401, from Amasya University Social Sciences Ethics Committee. Students were asked to complete the sentence: "Money is like because"

This structure was designed to enable both the production of metaphors and the explanation of the reasons for choosing these metaphors. Thus, not only the participants' conceptual perceptions but also the justifications underlying these perceptions were obtained. The data collection process was carried out through face-to-face interviews between March 5 and March 25, 2026. Participants' views were collected within the framework of the principle of anonymity. Ethical committee approval was obtained and participant consent was secured before the research began.

Data Analysis

The obtained data were analyzed using the qualitative content analysis method. In the analysis process, the metaphors and their justifications produced by the 136 participants were first read carefully, and invalid or insufficient expressions were eliminated. Then, each metaphor and its justification were coded. In the coding process, semantic similarities of the metaphors, common justifications, and conceptual cores were taken as the basis.

Categories were formed according to the basic principles of thematic analysis (Braun & Clarke, 2006; Yıldırım & Şimşek, 2006). In the first stage, open coding was performed and temporary codes were created for each metaphor; in the second stage, similar codes were brought together and sub-themes were determined. In the third stage, these sub-themes were combined to form six main categories. For example, the metaphors “water,” “oxygen,” “breath,” “blood,” and “heart” were grouped under the “Vital/Basic Necessity” category because they converged around the theme of the continuity of life. Similarly, the metaphors “fire,” “medicine,” “cliff,” and “mushroom,” which emphasize the dual nature of money and the need for control, were collected under the “Risky Element Requiring Management” category.

In the categorization of metaphors, not only the metaphor itself but also the justifications provided by the participants for explaining the metaphor were taken into account. Because in metaphor studies, how the metaphor is justified holds critical importance in deeply understanding the meaning the individual attributes to the concept (Schmitt, 2005; Yıldırım & Şimşek, 2006). The researcher’s interpretations were directly based on the participants’ metaphors and justifications, and the interpretations were limited by constantly grounding them in the raw data to avoid independent speculation from the data.

Validity and Reliability

In this research, in accordance with the nature of the qualitative research design, instead of the concepts of validity and reliability, the criteria of credibility, transferability, dependability, and confirmability proposed by Lincoln & Guba (1985) were taken as the basis. Within this framework, various strategies were implemented holistically to enhance the methodological robustness of the research and the scientific reliability of the findings.

In order to ensure the credibility of the research, the data collection and analysis processes were reported in detail; the relationship between the reached categories and the raw data was clearly demonstrated by presenting original expressions of the metaphors produced by the participants through direct quotations. To increase the transferability of the research, the characteristics of the study group (participants’ demographic and educational profiles), the data collection tool (metaphor creation form), data collection conditions, and analysis stages were presented with detailed descriptions. In order to ensure dependability, the data analysis process was carried out within a systematic structure; the stages of coding and category formation were explained step by step. The recording of methodological decisions taken during the research process supported the traceability and auditability of the analysis process. In order to strengthen the confirmability of the research, the coding processes were based directly on participant statements, and care was taken to develop the researcher’s interpretations on a data-driven basis. In addition, data transparency was ensured by storing the raw data, coding notes, and analysis documents in a way that they could be examined by an independent auditor when necessary.

To determine reliability in the process of classifying the metaphors, the formula proposed by Miles & Huberman (1994) was used: $\text{Reliability} = \text{Agreement} / (\text{Agreement} + \text{Disagreement}) \times 100$. The coding processes were carried out by two independent researchers; both researchers evaluated 14 metaphors and their justifications, representing ten percent of the participants. The number of metaphors on which there was agreement was 12, and the number of metaphors on which there was

disagreement was 2. As a result of the calculation, the reliability coefficient was found to be $12 / (12 + 2) \times 100 = 85.71\% \approx 86\%$. Since this value is above the 70% threshold value commonly accepted in qualitative research, the coding process was considered reliable (Miles & Huberman, 1994).

Limitations

This study was structured within the framework of a qualitative research approach and a phenomenological design. Accordingly, the findings were not intended to achieve statistical generalization; rather, they reflect the subjective interpretations that the participants in this study attributed to the concept of money. Therefore, the findings should be understood as context-bound interpretations specific to a particular sample group. Another limitation concerns the cross-sectional nature of the data collection process, as the data were gathered within a single time frame. Since individuals' economic experiences, financial circumstances, and life contexts may change over time, the meanings attributed to money are inherently dynamic. Consequently, the findings represent the participants' perceptual frameworks during the period in which the research was conducted.

One of the major limitations of the study is that, despite the use of maximum variation sampling, demographic variables—particularly family income level and socioeconomic status—could not be systematically analyzed. The reasons underlying this limitation are explained in the subsection describing the study group. As a result, potential differences in money perceptions across various socioeconomic groups could not be examined in depth. Furthermore, restricting the study to students enrolled at a single public university constitutes an important limitation with respect to the transferability of the findings. The results primarily reflect the perceptions of money held by young adults studying at medium-sized public universities such as Amasya University. Although the findings provide meaningful insights for universities in Türkiye that share similar socioeconomic and cultural characteristics, it should be acknowledged that perceptions of money may differ in the contexts of large metropolitan universities or foundation (private, non-profit) universities.

Findings and Discussion

In this study, the metaphors developed by university students regarding the concept of money were examined through qualitative content analysis, and the resulting data were found to cluster around specific categories. The category structure was developed by taking into account conceptual similarities and coherence of meaning, and the metaphors were organized into six main categories. These categories were identified as: (1) money as a vital/basic necessity, (2) money as an instrumental and functional resource, (3) money as a tool of power, control, and status, (4) money as a natural and inevitable process, (5) money as an emotional and psychological experience, and (6) money as an element involving risk, danger, and the need for management. This classification suggests that university students perceive money not merely as an economic instrument but as a multifaceted phenomenon encompassing existential, social, psychological, and behavioral dimensions.

The metaphors generated by the 136 participants were grouped under these six main categories. The metaphors included within each category, together with their underlying rationales, frequencies, and percentage distributions, are presented in Table 2 below.

Table 2: Categorical Distribution of Metaphors and Rationales

Category	Metaphors and Frequencies	Integrated Rationale
Money as a Vital/Basic Necessity (f = 41 / 30%)	Water (24), Oxygen (4), Father (3), Breath (2), Food, Bread, Heart, Blood, Skeleton, Source of Life, Source of Livelihood, Family	Money is indispensable for sustaining life; in its absence, basic needs cannot be met and life becomes more difficult.
Money as an Instrumental/Functional Resource (f = 31 / 23%)	Tool (7), Key (6), Fuel (3), Compass (3), Bridge (2), Car (2), Tree, Contactless Card, Motivation, Soil, Flower, Fertilizer, Labor, Flowerpot	Money is a means through which individuals achieve their goals, satisfy their needs, and make life easier.
Money as a Tool of Power, Control, and Status (f = 20 / 15%)	Power (9), Weapon (2), Independence (2), Croesus, Magnet, War, Luxury Bag, Mirror, Security, Knowledge	Money provides individuals with power, authority, and social status, enabling them to acquire and control many aspects of life.
Money as a Natural Process (f = 16 / 12%)	Wind (3), Season (2), Sand (2), Rain (2), Seawater (2), Soap (2), Cologne, Mechanical Pencil, Bird	Money is fluid and difficult to control; it diminishes over time and possesses a cyclical and changing nature.
Money as an Element Involving Risk, Danger, and Management (f = 15 / 11%)	Fire (3), Medicine (3), Mushroom (2), Salt (2), Cliff, Green and Black Colors, Time, Clock, Life	Money is a double-edged element that can be beneficial when used appropriately but harmful when misused.
Money as an Emotional/Psychological Experience (f = 13 / 10%)	Happiness (3), Drug (3), Peace (2), Love (2), Mood Disorder, Gambling, Illness	Money affects individuals' emotional states and may evoke happiness and peace, as well as stress and addiction.

Note: Due to rounding the percentages sum to 101%.

When Table 2 is considered as a whole, the most frequently recurring metaphor identified in the study was "water" (f = 24). This was followed by the metaphors of "power" (f = 9), "tool" (f = 7), and "key" (f = 6). These findings strongly suggest that university students primarily perceive money as a vital and fundamental necessity.

Money as a Vital/Basic Necessity

The metaphors included in this category (water, oxygen, breath, food, bread, heart, blood, skeleton, source of life, source of livelihood, father, and family) indicate that university students directly associate the concept of money with the sustainability of life. A considerable proportion of the participants interpreted money not merely as a medium of economic exchange but as an indispensable element for the continuation of life. This finding may be interpreted as suggesting that, within participants' cognitive frameworks, money has been elevated to a level of necessity comparable to biological needs.

In particular, metaphors such as "water," "oxygen," and "breath" reveal that the absence of money is perceived as a vital deficiency. Such metaphors suggest that money is conceptualized as an element requiring continuity and one whose interruption may directly disrupt everyday life. Similarly, the metaphors of "bread" and "food" point to the direct relationship between money and daily life practices, emphasizing its central role in enabling individuals to meet their basic needs. In

this sense, money transcends its status as an abstract economic value and becomes an inseparable part of concrete lived experiences.

Metaphors such as "heart," "blood," and "skeleton" position money as a systemic element that enables the functioning of life. These metaphors reflect the perception that money serves a critical function not only at the individual level but also in maintaining social order and continuity. Within this framework, the absence of money is perceived not merely as an experience of individual deprivation but also as a condition associated with the disruption of established order.

On the other hand, the metaphors of "father" and "family" point to the social and relational dimensions of money. Through these metaphors, money becomes intertwined with meanings such as security, protection, and support, and is regarded as a determining factor not only in sustaining individuals' physical existence but also their social existence. This finding suggests that, for participants, money functions not merely as a material resource but also as a symbolic mechanism of assurance.

The participants' illustrative statements are presented below:

"Money is like water because it is difficult to sustain life without it."

"Money is like being deprived of water; it is essential for life."

"Money is like water because, just as a person cannot survive without water, a person without money cannot survive either."

"Money is like oxygen. You can manage for a while, but when it runs out, you suffocate."

"Money is like my father. If there is no money at home, everything falls into disorder and peace disappears."

Overall, the metaphors generated within this category may be interpreted as indicating that university students attribute a high degree of necessity to the concept of money. This finding appears to be closely related to young people's direct encounters with economic realities and their experiences of sustaining their lives within conditions of limited resources. From the participants' perspective, therefore, money emerges not merely as an economic instrument but as a multilayered phenomenon that ensures the continuity of life, generates a sense of security, and acquires existential significance.

This category further suggests that university students perceive money primarily at the level of physiological and safety needs, which constitute the first tier of Maslow's hierarchy of needs (Genkova, 2021). Metaphors such as "water," "oxygen," "breath," "blood," and "heart" indicate that students regard money as an indispensable element for the continuation of biological existence. This perception helps explain the relationship that economically vulnerable young adults establish with money (Lusardi, 2019). In particular, the fact that a considerable proportion of university students in Türkiye rely on family support or student loans may contribute to their perception of money as a "source of life." This finding is also consistent with the literature on financial anxiety (Archuleta et al., 2013).

Money as an Instrumental/Functional Resource

The metaphors included under the category of money as an instrumental/functional resource (vehicle, key, fuel, bridge, car, contactless card, compass, motivation, soil, tree, flower, fertilizer, labor, pot) show that university students interpret the concept of money directly through its functionality and use value. In this context, money is positioned not as an end in itself but as an element that enables individuals to achieve their goals, facilitates life, and mediates the satisfaction of various needs. In particular, the metaphors "vehicle," "key," and "bridge" indicate that money assumes an access-providing function. These metaphors suggest that money is seen as a transitional element that makes it possible for individuals to reach different opportunities; in other words, it is

evaluated as a mechanism that closes the distance between goal and outcome. Similarly, the metaphors “fuel” and “car” show that money is perceived as a driving and process-advancing power. In this framework, money functions like an energy source that ensures the continuity of individual life.

The “contactless card” metaphor, on the other hand, is a direct reference to the modern and practical forms of money usage. This metaphor suggests that in digitalizing economic relations, money comes to the fore with its features of speed, convenience, and accessibility. Likewise, the “compass” metaphor indicates that money assumes a direction-determining role in individuals’ decision-making processes. This situation shows that in the shaping of economic preferences, money is viewed not only as a tool but also as a guiding reference point. On the other hand, metaphors such as “soil,” “tree,” “flower,” and “fertilizer” reveal that money is associated with productivity and growth. These metaphors suggest that money is perceived as a resource that produces value, multiplies, and supports development when used correctly. Money is conceptualized not as a passive element but as a dynamic structure that nourishes individual and economic development. The metaphors “labor” and “pot” similarly emphasize money’s relationship with the production process and its capacity for potential development. Supportive raw views from the participants are as follows:

“Money is a tool for me; when used correctly, it takes a person to their goals.”

“Money is a tool for me. If it becomes the goal, we lose our sense of self.”

“Money is a key because it opens doors and makes closed opportunities visible.”

“Money is like fuel; it starts the car, but when the fuel runs out, you get stuck on the road.”

“Money is like a bridge; it allows you to cross from one side to the other.”

In general, the metaphors developed under this category show that university students interpret the concept of money not as an ultimate goal but as a tool that enables them to organize their lives, achieve their goals, and meet their needs. This finding can be interpreted as indicating that a pragmatic perception focused on the use value of money is common among students, in a manner consistent with economic rationality.

The instrumentalization of money through metaphors such as “key,” “bridge,” “fuel,” and “compass” reflects a perception close to the classical economic definition of money (as a medium of exchange). However, this perception can also be read as a pragmatic coping strategy of young people. University students, who are under intense pressure from consumer culture, internalize the logic of cultural capitalism when they see money as a tool for achieving their goals (Lee, 2005). This category symbolizes students’ efforts to manage future anxiety with limited resources.

Money as a Tool of Power, Control, and Status

The metaphors in this category (power, weapon, independence, Croesus, magnet, war, luxury bag, mirror, trust, knowledge) show that university students interpret the concept of money in the context of social power relations, control mechanisms, and status indicators. In this framework, money is evaluated not only as an economic tool but also as an element that provides the individual with a sphere of influence, grants a certain degree of control over others, and determines their social position. In particular, the metaphors “power” and “weapon” can be interpreted as indicating that money is perceived as a direct means of influence and sanction. These metaphors reflect the perception that money not only offers opportunities to the individual but also provides the capacity to be decisive over others. Similarly, the “war” metaphor reveals that economic resources are associated with processes of competition, struggle, and establishing superiority, pointing to money’s strategic role within power relations.

The “independence” metaphor, on the other hand, demonstrates the strong relationship money establishes with individual autonomy. In this context, money is regarded as a tool of freedom that reduces the individual’s dependence on others and makes it possible for them to make their own decisions. This perception can be directly associated with young individuals’ search for economic independence. Another notable metaphor in this category, “Croesus” (Karun), shows that money is identified with wealth and the accumulation of fortune. This metaphor can be interpreted as indicating that money is perceived not merely as a tool for meeting needs but also as a stock of value that provides social prestige and privilege. Likewise, the “luxury bag” metaphor suggests that money is interpreted through visible status indicators and is associated with consumption practices.

The “magnet” metaphor, by emphasizing money’s power of attraction, leads to the perception that it is an element that directs individuals and opportunities toward itself. This situation reflects an intuitive awareness of money’s influence on social relations and opportunity inequalities. The “mirror” metaphor, on the other hand, shows that money is viewed as a tool that reflects the individual’s social position and identity; it indicates that the money factor can be decisive in the ways individuals evaluate themselves and others. Finally, the metaphors of “trust” and “knowledge” reveal that money is perceived not only as a material but also as a form of symbolic capital. As such, money is associated with the capacity to create trust and provide access to knowledge in both the individual’s economic and social relations. Supportive raw views from the participants are as follows:

“The more money you have, the stronger you become; money means power.” “Those who have money have a say in every field and gain status.” “When not used correctly, it is lost; when well managed, it brings gains.” “Money is power. The words of those with money are listened to, while those without money have no voice.” “Money is like a weapon. You can protect yourself and make others do what you want.” “Money is like a luxury bag. The status of the person carrying it is clear.”

In general, the metaphors developed under this category show that money is viewed not merely as a medium of exchange but as a power mechanism that determines the individual’s social position, shapes their relationships, and expands their sphere of influence. This finding is noteworthy in that it reveals that money carries not only economic but also socio-political meaning in modern societies.

This category directly overlaps with G. Simmel’s concept of “the sociological meaning of money” (Costa, 2013) and Bourdieu’s (2018) concepts of economic and symbolic capital. Metaphors such as “weapon,” “power,” “Croesus,” and “luxury bag” show that money is seen by young people as a source of social status and social capital. Especially in the social media age, the decisive role of money and consumption in young people’s identity construction (Twenge, 2019) explains the intensity of these metaphors. This perception reveals how deeply the relationship between money and power is internalized among young people and can be associated with social comparison theory.

Money as a Natural and Inevitable Process

The metaphors included under the category of money as a natural process (wind, season, sand, rain, seawater, soap, cologne, mechanical pencil, bird) show that university students interpret the concept of money through characteristics such as fluidity, variability, and uncontrollability. In this framework, money is conceptualized not as a fixed and static element but as a process that is in constant motion and transforms over time. In particular, the metaphors “wind” and “rain” reflect the perception that money has a structure that is difficult to hold onto, temporary, and unpredictable. These metaphors suggest that money is evaluated as an element that can move outside the individual’s control, can come and go quickly, and whose continuity is not guaranteed. Similarly, the “season” metaphor implies that money has a cyclical character; it suggests that increases and decreases repeat within certain periods. This situation shows that an intuitive awareness of economic fluctuations has been internalized by the students.

The “sand” metaphor expresses the difficulty of holding onto money and its structure that is depleted over time; while the “seawater” metaphor points to an aspect that can create a feeling of dissatisfaction no matter how much there is. These types of metaphors show that money is a resource that is “difficult to control” both physically and psychologically. On the other hand, the metaphors “soap” and “cologne” emphasize that money has a quality that diminishes as it is used and disappears with consumption. These metaphors indicate that money is inherently temporary and is thought of as a resource that needs to be constantly renewed. The “mechanical pencil” metaphor similarly points to a resource that decreases during the process of use and is rapidly depleted if not managed carefully. The “bird” metaphor expresses that money is perceived as a free, mobile, and difficult-to-hold entity. This metaphor strengthens the perception that money has an instantaneous and temporary quality that can easily escape the individual’s control. Supportive raw views from the participants are as follows:

“Money flows away like water; it is hard to realize when it is gone.”

“If you plant money in the right place, one day it will bear fruit for you.”

“Money is like happiness. When it is there, everything is beautiful; when it is not, life becomes unbearable.”

“Money is like an illness. Both its presence and absence make a person sick.”

“Money is like a bird. You catch it for a moment, and the next moment you see it has flown away.”

When evaluated in general, this category suggests that individuals intensely feel elements of uncertainty, fluctuation, and temporality within their economic experiences. Therefore, from this perspective, money emerges not merely as a possessed value but as a dynamic phenomenon that moves over time, decreases, increases, and needs to be managed. The metaphors “wind,” “sand,” “rain,” and “bird” emphasize money’s fluidity and uncontrollability. This perception parallels Simmel’s “liquid modernity” created by money in modern society (Costa, 2013) and Bauman’s thought on cultural consumption (Lee, 2005). Students’ use of these metaphors indicates a collective awareness of the temporality of money in an environment of economic uncertainty and inflation.

Money as an Element Involving Risk, Danger, and Management

The metaphors included in this category (fire, medicine, mushroom, salt, cliff, green and black colors, time, clock, and life) indicate that university students make sense of the concept of money as an element capable of producing dual outcomes and one that entails risk and danger when not used carefully. Within this framework, money is perceived not only as a tool that provides benefits but also as a force that may have adverse consequences for individuals when misused. The metaphor of “fire” is one of the most striking indicators of this category. Just as fire possesses both warming and beneficial qualities as well as destructive and harmful potential, money is perceived as an element that facilitates life when used appropriately but may lead to damaging consequences when used without control. Similarly, the metaphor of “medicine” emphasizes that the moderate and conscious use of money can be beneficial, whereas excessive or inappropriate use may prove harmful. Together, these two metaphors draw attention to the necessity of balance inherent in the nature of money. The metaphors of “mushroom” and “salt” likewise suggest that money may either generate value or cause harm depending on the manner in which it is used. In particular, the metaphor of “salt” represents a phenomenon that signifies deficiency when absent yet becomes harmful in excess, thereby highlighting the importance of the optimal use of money. This finding suggests that students intuitively embrace the principles of moderation and balance in relation to money management.

The metaphor of "cliff" directly emphasizes the risky dimension of money. It reflects the perception that poor financial decisions may expose individuals to sudden and severe losses. In this sense, money is regarded as an element capable of producing dangerous consequences if not managed carefully. The metaphor of "green and black colors," in turn, points to the dual nature of money, encompassing both positive meanings (e.g., prosperity and gain) and negative meanings (e.g., loss, debt, and crisis). The metaphors of "time" and "clock" emphasize that money is a resource requiring management. These metaphors suggest that, much like time, money is limited, requires planning, and becomes difficult to recover once misused. Thus, money is understood not merely as an asset one possesses but also as a process that necessitates planning, control, and conscious use. Finally, the metaphor of "life" reflects the perception of money within a broader framework encompassing all of these elements, portraying it as a phenomenon characterized by both opportunities and risks. The participants' illustrative statements are presented below:

"Money is like fire; when used properly, it is beneficial, but when left uncontrolled, it causes harm."

"Money is like fire. You light it to keep warm, but if you fail to control it, it burns down the house."

"Money is like a cliff. The view is beautiful, but one wrong step can make you fall."

"Money is like medicine. It is beneficial in the right dose, but too much of it becomes poison."

Overall, the metaphors developed within this category indicate that university students' awareness of the concept of money is not limited solely to its beneficial aspects; rather, it also encompasses elements such as risk, uncertainty, and the necessity of management. Within this framework, money is conceptualized as a double-edged instrument that supports life when used appropriately but may produce adverse consequences at both the individual and social levels when managed improperly. This finding is noteworthy, as it suggests that young individuals develop an intuitive perception of risk in their relationship with money and possess a certain degree of awareness regarding the potential consequences of financial decisions. The metaphors of "fire," "medicine," "cliff," and "mushroom" point to a strong awareness of the dual nature of money in terms of risk. This finding suggests that even when young people possess relatively low levels of financial literacy, they may nevertheless develop an intuitive perception of financial risk. In this respect, the finding may also be interpreted in relation to the concept of loss aversion in behavioral economics (Yechiam, 2019).

Money as an Emotional/Psychological Experience

The metaphors included in this category (happiness, peace, love, mood disorder, drug, gambling, and illness) indicate that university students make sense of the concept of money not merely as an economic entity but also as an experience capable of generating powerful emotional and psychological effects. Within this framework, money emerges as a phenomenon that directly influences individuals' inner worlds and simultaneously encompasses both positive and negative emotions. Metaphors such as "happiness," "peace," and "love" suggest that money is associated with positive emotions from the participants' perspectives. These metaphors imply that money serves functions such as providing a sense of security, enhancing quality of life, and contributing to individuals' overall well-being. In particular, the metaphor of "peace" indicates that economic adequacy is perceived as a factor that reduces anxiety and supports psychological balance. Thus, money is regarded not only as a means of satisfying material needs but also as an instrument that enables emotional fulfillment.

In contrast, metaphors such as "mood disorder," "drug," "gambling," and "illness" emphasize the negative psychological effects associated with money. These metaphors suggest that money is perceived as an element capable of fostering dependency, leading to a loss of control, and triggering

psychological imbalance. The metaphors of "drug" and "gambling," in particular, reflect a strong awareness that money may create cycles of dependency through the interplay between pleasure and risk. This finding indicates that money is conceptualized not merely as a rational instrument but also as an experience intertwined with emotions, impulses, and affective responses. The metaphors of "mood disorder" and "illness" further point to the fluctuating and, at times, psychologically burdensome effects of money on individuals' emotional well-being. These metaphors demonstrate that experiences related to money do not exclusively yield positive outcomes; rather, they may also give rise to adverse conditions such as stress, anxiety, and psychological pressure. The participants' illustrative statements are presented below:

"Money is like soap; the more you use it, the more it wears away."

"Money is like a drug. A little is never enough; you always want more."

"Money is like happiness. When you have it, everything seems beautiful; when you do not, life becomes unbearable."

"Money is like an illness. Both having it and lacking it can make a person sick."

"Money is like love—it is transient. The more deeply you love it, the harder it is to let it go."

Overall, the metaphors developed within this category may be interpreted as suggesting that university students make sense of the concept of money through a substantial emotional and psychological burden. Money emerges as a powerful psychosocial element that influences individuals' happiness, sense of peace, levels of anxiety, and behavioral tendencies. This finding is noteworthy because it demonstrates that economic decisions are not based solely on rational calculations; rather, they are closely intertwined with individuals' emotional experiences and psychological states.

This category further supports one of the central propositions of behavioral economics: economic decisions are shaped to a considerable extent by emotional and psychological processes (Santos, 2025). The metaphors of "drug," "gambling," and "illness" reflect feelings of dependency and ambivalence toward money. Given that university students are known to experience relatively high levels of financial anxiety (Qi et al., 2025), these metaphors illustrate the extent of the emotional burden associated with money.

Taken as a whole, the findings of the study did not reveal any pronounced differences in perceptions of money across the participants' age range (19–24 years). Since the vast majority of participants belonged to a similar age group, it may be argued that money perceptions during this period are shaped more by shared economic experiences—such as limited income, debt, and concerns about the future—than by age-related differences.

Conclusion

The percentage distribution of the metaphors (61) produced by the participants in the study is as follows: the vital/basic needs category accounts for 30%, the instrumental/functional category for 23%, the power/status category for 15%, the natural process category for 12%, the risk/danger category for 11%, and the emotional/psychological category for 10%. According to this distribution, slightly more than half of the participants (approximately 53%) perceive money as an indispensable instrument of economic life. Furthermore, the findings indicate that university students conceptualize money not as a one-dimensional economic element but as a multi-layered, experience-based phenomenon. While participants position money, on the one hand, as an essential resource for sustaining life, they also regard it, on the other hand, as a functional tool that enables the attainment of individual goals. In addition, money is prominently associated with power, control, and social status, underscoring its determinative role within social hierarchies. Meanwhile, perceptions of money as fluid, variable, and often difficult to control point to the dimensions of uncertainty and

continuity inherent in economic experience. This suggests that money is conceptualized not merely as a value that one possesses, but as a dynamic process that moves through time. Money is further construed as an element directly linked to individuals' emotional and psychological worlds, being associated with both positive emotions (security, peace, happiness) and negative experiences (stress, dependency, anxiety).

The framing of money within the context of risk, danger, and the necessity of management indicates that participants have attained a certain level of financial awareness. In this regard, money is evaluated as a dual-edged element that yields benefits when used correctly, yet may produce adverse outcomes when mismanaged. Considered as a whole, the findings may be interpreted as indicating that the concept of money occupies an integrative semantic structure in students' minds — one in which economic, social, and psychological dimensions are intertwined.

This study examined university students' metaphorical perceptions of money through a phenomenological approach, revealing the extent to which money constitutes a multi-layered and contradictory phenomenon in the mental world of young people. The findings demonstrate that the two most dominant dimensions of money perception are vital need (30%) and instrumental resource (23%). This distribution strongly reflects the economic vulnerability experienced by university students and their tendency to view money primarily as a means of "survival." This multi-dimensional structure of money perception is consistent with the financial vulnerability literature pertaining to young people (Lusardi, 2019). Limited income sources, increasing debt burdens, inflation, and uncertainty about the future render students' relationship with money both a necessity and a source of anxiety. In particular, metaphors such as "fire," "abyss," "drug," and "sand" illustrate that money is simultaneously perceived as both an opportunity and a threat, which points to high levels of financial anxiety among young people (Archuleta et al., 2013).

The findings also support a behavioral economics perspective. The emotional and psychological relationship that students establish with money (Kahneman, 2011; Thaler, 2015) may be interpreted as further evidence of the inadequacy of rational decision-making models. For young people, money is not merely an economic instrument; it is a powerful symbol carrying psychosocial meanings such as identity, status, security, and freedom. This study offers significant implications for financial literacy education. The predominant focus of conventional financial literacy programs on cognitive knowledge transfer proves insufficient. It is evident that programs designed at universities require a holistic approach that also takes into account students' emotional, symbolic, and metaphorical perceptions of money. In particular, psychosocial modules addressing risk management, emotional awareness, and a critical engagement with consumer culture should be integrated into such programs.

An examination of metaphorical patterns reveals that money perception is not independent of demographic and socioeconomic experiences. Notably, students who have experienced economic vulnerability tend to conceptualize money predominantly along the axes of "vital need," "risk," and "security," whereas some students associate money with "power," "status," and "independence." This suggests that money perception is shaped not only by individual experience but also by social and class-based contexts.

A review of the categorical distribution of metaphors also reveals certain demographic differences. In terms of gender, female participants were observed to prefer emotionally and vitally grounded metaphors — such as "peace," "heart," "family," "security," and "happiness" — more frequently, while male participants employed metaphors centered on power, status, and control — such as "power," "weapon," "independence," "Karun," and "war" — at a considerably higher rate. This difference is consistent with gender-based studies on financial attitudes and perceptions in the literature (Chen & Volpe, 2002).

With regard to academic unit, students from the Faculty of Economics and Administrative Sciences and the Vocational School of Technical Sciences were found to use functional metaphors such as "tool," "key," "compass," and "fuel" more frequently, whereas students from the Faculty of Education and the Faculty of Health Sciences placed greater emphasis on emotionally, vitally, and risk-oriented metaphors such as "heart," "family," "peace," "fire," and "medicine." These findings point to the influence of academic discipline on students' perceptions of money and present an important dimension to be considered in the design of discipline-specific financial literacy education programs.

The fact that participants conceptualize money along the dimensions of "vital need," "risk," "power," and "anxiety" points to the psychosocial effects of rising economic vulnerability. Consequently, financial literacy policies implemented at universities must encompass not only technical financial knowledge but also dimensions such as financial stress, consumption pressure, debt behavior, and emotional financial management. In conclusion, the impact of money perception on young individuals' psychological well-being and financial decision-making processes cannot be overlooked. It is important for future studies to examine the temporal evolution of these perceptions through larger samples and mixed-method designs. Enabling young people to develop a more conscious, balanced, and healthy relationship with money is of critical importance both for their individual well-being and for broader societal economic stability.

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625

**ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY**

Üniversite Öğrencilerinin Para Kavramına İlişkin Metaforik Algıları

Giriş

Para kavramı, iktisadi düşüncenin en eski, en temel ve en tartışmalı unsurlarından biri olarak hem teorik hem de uygulamalı literatürde merkezi bir konumda yer almaktadır. Klasik iktisattan modern para teorilerine uzanan süreçte para, yalnızca bir değişim aracı değil, ekonomik sistemin işleyişini mümkün kılan, değer ölçülmesini sağlayan, satın alma gücünü zaman içinde saklayan ve gelecekteki ödemelerde kullanılan dinamik bir araç olarak tanımlanmıştır (Fisher, 1911; Keynes, 1936; Friedman, 1956). Bu yönüyle para, teknik bir araç olmanın ötesinde, makroekonomik denge, fiyat istikrarı, üretim/tüketim ve büyüme süreçleriyle doğrudan ilişkili stratejik bir değişken niteliği taşımaktadır.

Türkiye iktisat yazınında para olgusunun sistematik biçimde ele alınmasında İlker Parasız önemli bir referans sunmaktadır. Söz konusu çalışmada para; para arzı ve talebi, para politikası araçları ve finansal piyasalarla ilişkisi içinde değerlendirilerek makroekonomik istikrarın temel belirleyicilerinden biri olarak konumlandırılmaktadır. Bu çerçevede para, ekonomik sistemin işleyişinde merkezi bir rol üstlenen temel bir araç olarak ele alınmaktadır (Parasız, 2016).

Bununla birlikte para, salt iktisadi bir değişken olmanın ötesinde güçlü bir sosyo-kültürel sembol niteliği taşımaktadır. Modern toplumlarda para, bireyin toplumsal statüsünü, güven algısını, güç ve bağımsızlık hissini temsil eden bir değer formuna dönüşmüştür (Simmel, 2004; Zelizer, 1994). Simmel'in klasik çalışması paranın modern toplumdaki bireyselleşme, yabancılaşma ve sosyal ilişkilerin nicelleşmesi süreçlerindeki dönüştürücü etkisini incelerken; Zelizer ise paranın "sosyal anlamlarının" bireyler tarafından ilişkisel bağlamlara göre nasıl farklılaştırıldığını ve yeniden anlamlandırıldığını göstermektedir. Dolayısıyla para, nesnel bir araç olmanın ötesinde, bireylerin dünyayı anlamlandırma biçimlerinde merkezi bir yer tutan sembolik bir yapıdır. Silaski & Kilyeni (2011)'ye göre paranın akış, birikim ve kayıp gibi süreçlerle ilişkili ve ekonomik düşüncenin bilişsel temellerini yansıtmaktadır.

Bu noktada Çağdaş Metafor Teorisi güçlü bir açıklama zemini sunmaktadır. Lakoff & Johnson'a (1980) göre metaforlar, bireylerin soyut kavramları bilişsel olarak yapılandırmalarını sağlayan temel düşünsel araçlardır. Para gibi soyut ekonomik kavramlar, bireylerin deneyim alanlarına bağlı olarak somut imgeler (örneğin "kan", "zaman", "güç", "zehir", "kölelik zinciri", "özgürlük") aracılığıyla anlamlandırılmaktadır. Bu metaforlar, bireylerin para ile kurduğu duygusal, ahlaki ve ideolojik ilişkiyi açığa vurmakta; kavramın yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda psikolojik ve toplumsal boyutlarını görünür kılmaktadır. Genç bireylerin para algısını metaforlar yoluyla inceleyen sınırlı sayıda çalışmalardan biri olan Şimşek (2020), lise öğrencilerinin parayı karşıt kutuplarda ("güç kaynağı" – "zehir", "hayatın anahtarı" – "kölelik zinciri") tanımladığını ortaya koymuş ve bu algıların sosyo-kültürel değerler ile deneyimsel arka planlardan beslendiğini göstermiştir.

Bu yaklaşım, davranışsal iktisat literatürü ile de yüksek derecede örtüşmektedir. Davranışsal iktisat, ekonomik kararların çoğu zaman rasyonel hesaplamalardan ziyade zihinsel temsiller, sezgiler ve duygusal değerlendirmeler yoluyla yapıldığını göstermektedir (Kahneman, 2011; Thaler, 2015). Metaforlar, bireylerin para ile kurduğu bilişsel ve duygusal ilişkinin görünür hâle gelmesini sağlayan önemli göstergeler olarak değerlendirilebilir. Bu bilişsel ve duygusal süreçler, yalnızca bireysel karar mekanizmalarıyla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda paranın kullanım biçimlerinde meydana gelen yapısal dönüşümlerden de etkilenmektedir. Günümüzde dijitalleşme süreci, özellikle genç bireylerin para ile kurduğu ilişkiyi kökten dönüştürmektedir. Mobil ödeme sistemleri, elektronik para ve kripto varlıkların yaygınlaşması, paranın fiziksel niteliğini zayıflatırken, bireylerin para algısını daha soyut ve hız temelli bir yapıya taşımaktadır.

Üniversite öğrencileri, para ile yoğun bir etkileşim içinde olan stratejik bir grubu temsil etmektedir. Sınırlı gelir kaynakları, burs ve kredi bağımlılığı, borçlanma eğilimi, tüketim baskıları ve gelecek belirsizliği gibi unsurlar, bu grubun finansal kırılganlık riskini artırmakta; para kavramına yalnızca teorik bir olgu olmaktan çıkarp doğrudan yaşam deneyimi temelli bir anlam katmaktadır (Lusardi, 2019). Özellikle meslek yüksekokulu öğrencileri, parasal ekonomi kavramlarını akademik düzeyde öğrenirken aynı zamanda ekonomik gerçekliği gündelik yaşamlarında deneyimlemektedir. Finansal okuryazarlık araştırmaları, üniversite öğrencilerinin bilgi düzeyinin genellikle düşük-orta seviyede olduğunu ve bu durumun tutum ile davranış arasında fark yarattığını göstermektedir (Chen & Volpe, 2002; Antepli & Kılınç, 2018; Öner & Canbaz, 2024).

Bu çalışma, bir devlet üniversitesindeki öğrencilerin “para” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforları olgubilim (fenomenoloji) deseni çerçevesinde inceleyerek², para kavramının genç bireylerin zihinsel dünyasında nasıl anlamlandırıldığını ortaya koymayı ve literatürde sınırlı olan metafor temelli para algısı çalışmalarına katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Literatür Taraması

Klasik ve modern iktisatçılar, parayı yalnızca değişim aracı olarak değil; değer ölçüsü, değer saklama aracı ve ödeme aracı olarak tanımlamış; makroekonomik denge, enflasyon ve ekonomik büyüme süreçlerindeki belirleyici rolünü vurgulamışlardır (Fisher, 1911; Keynes, 1936; Friedman, 1956). Bununla birlikte, para ekonomik bir araç olmanın ötesinde güçlü bir sosyo-kültürel sembol niteliği taşımaktadır. Simmel (2004), paranın modern toplumda bireyselleşme, yabancılaşma ve sosyal ilişkilerin nicelleşmesi süreçlerini dönüştürdüğünü gösterirken; Zelizer (1994), paranın ilişkisel bağlamlara göre yeniden anlamlandırıldığını ortaya koymuştur. Aslan (2019) ise parayı “toplumsal ilişki” olarak tanımlayarak ekonomik olgunun sosyal yapılarla iç içe olduğunu savunmuştur.

Metaforik analizler, ekonomi ve finans söylemindeki metaforların yapısal, ontolojik ve yönelimsel boyutlarını inceleyen uluslararası çalışmalarda da ele alınmaktadır (Liang, 2021). Bu metaforların finansal kaygı, harcama niyeti ve ekonomik davranışlar üzerindeki etkisi, davranışsal iktisat literatürüyle örtüşmekte olup zihinsel temsillerin karar süreçlerindeki rolünü vurgulamaktadır (Kahneman, 2011; Thaler, 2015).

Türkiye’de para kavramına ilişkin doğrudan metafor çalışmaları sınırlı olmakla birlikte, genç bireyler üzerindeki araştırmalar önemli ipuçları sunmaktadır. Özellikle Şimşek (2020) tarafından gerçekleştirilen “Lise Öğrencilerinin Para Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Aracılığıyla İncelenmesi” başlıklı çalışma, bu alanda dikkat çeken öncü bir araştırmadır. Şimşek, nitel bir

² Benzer çalışmalar için bk. Pilav & Elkatmış, 2012; Pilav & Uslu Üstten, 2012; Göçer, 2013; Derman, 2014; Çimen Coşğun et al., 2015; Kahyaoğlu & Çetin, 2015; Aydede Yalçın & Öztürk, 2016; Altun & Batmaz, 2018; Başkan, 2018; Özenç & Dursun, 2018; Avcı Akbel, 2019; Avcı & Gümüş, 2019; Aydın & Cigerci, 2020; Gök & Özçetin, 2020; Kuralay & Kayıkçı, 2020; Acar Başeğmez & Uyangör, 2021; Karakuş & Bilgin Aksoy, 2021; Tümtürk & Deniz, 2021; Bakırcı et al., 2022; Kurtde Fidan & Yazıcı, 2023; Karışan & Memişoğlu, 2024; Tosun, 2024; Akdi & Acar, 2025; Filiz & Aydın, 2025.

yaklaşım la lise öğrencilerinin para ile ilgili metaforlarını içerik analiziyle çözümlemiştir. Bulgulara göre öğrenciler parayı en sık şu metaforlarla ifade etmiştir: olumlu kutupta: “güç kaynağı”, “hayatın anahtarı”, “özgürlük”, “güvence”, olumsuz kutupta: “zehir”, “kölelik zinciri”, “kan emici”, “bağımlılık yaratan madde”. Bu karşıt metaforik yapılar, paranın genç bireyler nezdinde hem olumlu (güç, bağımsızlık, güvenlik) hem de olumsuz (tehdit, yozlaşma, bağımlılık) anlamlar taşıdığını göstermektedir. Şimşek’in çalışması, para algısının sadece ekonomik bilgiyle değil; ailevi, toplumsal ve kültürel değerlerle şekillendiğini ortaya koymakta ve üniversite düzeyinde benzer metaforik incelemeler için önemli bir karşılaştırma zemini oluşturmaktadır.

Üniversite öğrencilerinin para ile ilişkisi ise ağırlıklı olarak finansal okuryazarlık boyutuyla ele alınmıştır. Uluslararası literatürde üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin genellikle düşük-orta seviyede olduğu, cinsiyet, yaş, aile etkisi ve eğitim programlarının bu düzeyleri etkilediği çok sayıda çalışma ile gösterilmiştir (Chen & Volpe, 2002; Ansong & Gyensare, 2012; Arceo-Gómez & Villagómez, 2017; Volpe vd., 1996). Türkiye’de de benzer sonuçlar elde edilmiştir:

Antepli & Kılınç (2018), Başarır & Sarıhan (2017), Biçer & Altan (2016), Danışman vd. (2016), Elmas & Yılmaz (2016), Ergün vd. (2014), Kılıç vd. (2015), Kaya & Güneş (2019), Kocabıyık & Teker (2018), Ermiş vd. (2025), Öner & Canbaz (2024), Şamiloğlu vd. (2016), Şenbayram (2019), Tekin & Dursun (2021), Tetik (2019), Tuna & Ulu (2016), Yıldız Contuk (2018) ve Yılmaz & Aslan (2020) gibi çalışmalar, üniversite ve özellikle meslek yüksekokulu öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin genellikle yetersiz olduğunu; bilgi düzeyinin tutum ve davranıştan daha düşük kaldığını ortaya koymuştur. Bu çalışmalar, para kavramının pratik deneyimlerle şekillendiğini ve genç yetişkinlerde finansal kırılganlık riskinin yüksek olduğunu göstermektedir. Ancak para algısının metaforik ve nitel boyutlarının derinlemesine incelendiği araştırmalar oldukça sınırlıdır.

Son yıllarda Ermiş vd. (2025) tarafından üniversite öğrencilerine yönelik geliştirilen ve geçerlik ile güvenilirliği test edilen çok boyutlu finansal okuryazarlık ölçeği, öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin güvenilir biçimde değerlendirilmesine yönelik önemli bir çerçeve sunmuştur. Araştırma, üniversite öğrencilerinin finansal bilgi ve yeterliliklerinin sistematik olarak değerlendirilmesinin önemini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, finansal okuryazarlığı ölçmeye yönelik nicel araçlar önemli katkılar sağlamakla birlikte, üniversite öğrencilerinin para ile kurdukları ilişkinin anlaşılabilmesi, para kavramına yükledikleri anlam ve algıları ortaya çıkaran metafor analizi gibi nitel yaklaşımları da gerekli kılmaktadır. Bu yönüyle mevcut araştırma, öğrencilerin para kavramına ilişkin metaforik algılarını inceleyerek finansal okuryazarlık literatürünü nitel bir bakış açısıyla tamamlamaktadır.

Paranın tarihsel gelişimi üzerine yapılan çalışmalar da literatürü zenginleştirmektedir (Ayyıldız & Arısal, 2023; Fidan vd., 2019). Dijitalleşme ve teknolojik gelişmeler para algısını soyutlaştırmakta; Lusardi & Mitchell (2014) gibi çalışmalar genç yetişkinlerin finansal kırılganlık risklerini ve deneyim temelli anlam kazanımını vurgulamaktadır.

Mevcut literatür, para kavramının ekonomik, bilişsel ve sosyo-kültürel düzlemlerini ele alırken; üniversite öğrencilerinin para algılarını metaforlar yoluyla fenomenolojik bir yaklaşımla sistematik inceleyen çalışmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Şimşek (2020) tarafından lise düzeyinde gerçekleştirilen metaforik inceleme bu alandaki önemli bir öncü çalışma olmakla birlikte, üniversite ve özellikle meslek yüksekokulu öğrencilerine yönelik benzer nitel araştırmaların sınırlı olması önemli bir boşluk olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, söz konusu boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Literatür incelendiğinde, para kavramına ilişkin metaforik algıları inceleyen çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Uluslararası alanda para algısı genellikle davranışsal iktisat ve sosyolojik perspektiften ele alınırken, metafor analizi yoluyla üniversite öğrencilerinin öznel deneyimlerini derinlemesine araştıran nitel çalışmaların sayısı azdır. Türkiye’de ise Şimşek’in

(2020) lise öğrencileriyle gerçekleştirdiği çalışma bu alanda önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Ancak üniversite öğrencilerine, özellikle de farklı akademik birimlerden gelen genç yetişkinlere odaklanan metafor temelli fenomenolojik çalışmalar literatürde önemli bir boşluk oluşturmaktadır. Mevcut çalışmanın, bu boşluğu doldurmak üzere üç önemli katkı sunduğu düşünülmektedir:

1. Fenomenolojik yaklaşım ile üniversite öğrencilerinin para kavramına yükledikleri yaşantısal ve öznel anlamları sistematik olarak ortaya koyması,
2. Farklı sosyoekonomik ve akademik profillere sahip bir devlet üniversitesinde maksimum çeşitlilik örnekleme kullanması,
3. Para algısını yalnızca betimlemekle kalmayıp, finansal okuryazarlık eğitiminin psikososyal ve duygusal boyutlarını da dikkate alan bütüncül bir bakış açısı getirmesi.

Böylece bu araştırmanın, hem Şimşek'in (2020) çalışmasından üniversite düzeyine çıkarak ayrıştığı hem de mevcut finansal okuryazarlık çalışmalarının ağırlıklı olarak nicel olan yapısını nitel bir derinliğe taşıdığı düşünülmektedir.

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin “para” kavramına ilişkin öznel deneyimlerini ve bu kavramı zihinsel dünyalarında nasıl anlamlandırdıklarını ortaya çıkarmayı amaçladığı için olgubilim (fenomenoloji) deseni benimsenmiştir. Fenomenoloji, bireylerin bir olguya ilişkin yaşadıkları deneyimlerin özünü ve bu deneyimlere yükledikleri anlamları derinlemesine anlamayı hedefleyen bir yaklaşımdır (Sanders, 1982; Van Manen, 1990; Moustakas, 1994; Patton, 2002; Yıldırım & Şimşek, 2006). Para kavramı, öğrencilerin günlük yaşam pratikleri, finansal kaygıları, gelecek beklentileri ve duygusal dünyalarıyla iç içe geçmiş bir olgu olduğundan, bu kavramın “yaşanan deneyim” boyutu fenomenolojik bir sorgulamayı gerekli kılmaktadır. Metafor formu (“Para ... gibidir. Çünkü ...”), fenomenolojik araştırmalarda sıkça kullanılan bir veri toplama tekniğidir çünkü metaforlar, katılımcıların soyut kavramlara ilişkin örtük (implicit) deneyim ve anlamlarını somutlaştırarak ortaya çıkarmada güçlü bir araçtır (Lakoff & Johnson, 1980; Sönmez & Alacapınar, 2011; Yıldırım & Şimşek, 2006). Böylece katılımcıların para ile kurduğu yaşantısal ilişki metaforlar aracılığıyla erişilebilir hale gelmiştir. Bu nedenle çalışmada fenomenolojik yaklaşım, veri toplama aracı olarak metaforu ve analizde de içerik analizini içerecek şekilde bütüncül bir biçimde kullanılmıştır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, 5-25 Mart 2026 tarihleri arasında Amasya Üniversitesinin farklı fakülte ve meslek yüksekokullarında öğrenim gören toplam 150 gönüllü öğrenci oluşturmuştur. Amasya Üniversitesinin seçilmesinde, üniversitenin Karadeniz geçiş bölgesinde yer alan orta ölçekli bir devlet üniversitesi olması, farklı sosyoekonomik ve kültürel kökenlerden gelen öğrencileri barındırması, araştırmacının sahaya erişim kolaylığı ve öğrenci profilinin metafor çalışması için yeterli çeşitliliği sunması etkili olmuştur. Çalışma grubunda yer alan 14 öğrencinin ya hiç metafor üretmemesi ya da ürettikleri metaforlara gerekçe sunmamaları nedeniyle verileri analize dâhil edilmemiştir. Geriye kalan 136 (79 kadın, 57 erkek) öğrencinin yanıtlarından toplam 61 geçerli metafor elde edilmiştir. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme ile seçilmiştir. Bu yöntemde temel amaç istatistiksel genelleme yapmak değil, araştırılan olgunun mümkün olabildiğince farklı boyutlarını yansıtacak zenginlikte veri elde etmektir (Yıldırım & Şimşek, 2006). Bu doğrultuda katılımcılar; cinsiyet, akademik birim (fakülte/meslek yüksekokulu), sınıf düzeyi, aile gelir düzeyi ve ikametgâh (şehir/kırsal) gibi değişkenler açısından çeşitlilik gösterecek şekilde bir örnekleme ulaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcıların %58'i kadın, %42'si erkek olmak üzere cinsiyet dengesi gözetilmiştir. Katılımcılar, araştırmacı tarafından ilgili

fakülte ve meslek yüksekokullarındaki dersler sırasında ve öğrenci kulüpleri aracılığıyla gönüllülük esasına dayalı olarak davet edilmiştir. Bu süreçte, üniversitenin farklı akademik birimlerinde öğrenim gören öğrencilere ulaşmak için öğretim elemanlarından destek alınmıştır. Böylece hem akademik çeşitliliğin hem de gönüllü katılım motivasyonunun yüksek tutulması hedeflenmiştir.

Katılımcılar, 19-24 yaş aralığında yer almaktadır. Fakülte ve meslek yüksekokulların tamamına ulaşılarak öğrencilerin temsiliyet oranları artırılarak (bkz. Tablo 1) sosyoekonomik düzey açısından çeşitlilik sağlanmaya çalışılmıştır. Ancak veri toplama sürecinde gelir düzeyi ve sosyoekonomik statüye ilişkin detaylı demografik bilgi formu, katılımcıların en doğal ve samimi görüşlerini elde edebilmek amacıyla bilinçli olarak sınırlı tutulmuştur. Çünkü gelir ve sosyoekonomik statü gibi hassas konular, sosyal beğenilirlilik yanlılığına (social desirability bias) yol açarak katılımcıların gerçek algılarını gizlemelerine neden olabilmektedir (Oceno, 2025).

Çalışma grubunun akademik birimlere göre dağılımı aşağıdaki Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Çalışma Grubunun Dağılımı

Bölüm	Öğrenci
Eğitim Fakültesi	23
Gümüşhacıköy Hasan Duman MYO	17
Merzifon MYO	15
Sosyal Bilimler MYO	15
Teknik Bilimler MYO	15
Fen-Edebiyat Fakültesi	13
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	11
İlahiyat Fakültesi	9
Mimarlık Fakültesi	7
Mühendislik Fakültesi	6
Sağlık Bilimleri Fakültesi	5
Toplam	136

Veri Toplama Aracı

Veri toplamak amacıyla açık uçlu bir metafor formu kullanılmıştır. Bu işleme başlamadan önce Amasya Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu E-30640013-108.01-316401 sayılı, 09.02.2026 tarihli kararıyla etik izin alınmıştır.

Öğrencilerin;

“Paragibidir. Çünkü.....” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Bu yapı hem metafor üretimini hem de öğrencilerin bu metaforu seçme nedenlerini açıklamalarını sağlamaya yönelik olarak tasarlanmıştır. Böylece, katılımcıların sadece kavramsal algıları değil, aynı zamanda bu algıların dayandığı gerekçeler de elde edilmiştir. Veri toplama işlemi 5-25 Mart 2026 tarihleri arasında yüz yüze görüşmelerle gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların görüşleri anonimlik ilkesi çerçevesinde toplanmıştır. Araştırma başlamadan önce etik kurul onayı alınmış ve katılımcı onayı sağlanmıştır.

Veri Analizi

Elde edilen veriler nitel içerik analizi yöntemiyle analiz edilmiştir. Analiz sürecinde öncelikle 136 katılımcının ürettiği metaforlar ve gerekçeleri dikkatlice okunmuş, geçersiz veya yetersiz ifadeler elenmiştir. Ardından her metafor ve gerekçesi kodlanmıştır. Kodlama sürecinde metaforların anlamsal benzerlikleri, ortak gerekçeleri ve kavramsal çekirdekleri temel alınmıştır.

Kategoriler, temel tematik analiz ilkelerine göre oluşturulmuştur (Braun & Clarke, 2006; Yıldırım & Şimşek, 2006). İlk aşamada açık kodlama yapılarak her metafor için geçici kodlar oluşturulmuş, ikinci aşamada benzer kodlar bir araya getirilerek alt temalar belirlenmiştir. Üçüncü aşamada ise bu alt temalar birleştirilerek altı ana kategori oluşturulmuştur. Örneğin; “su”, “oksijen”, “nefes”, “kan” ve “kalp” metaforları, yaşamın devamlılığı teması etrafında birleştiği için “Yaşamsal/Temel İhtiyaç” kategorisi altında gruplanmıştır. Benzer şekilde “ateş”, “ilaç”, “uçurum” ve “mantar” metaforları, paranın çift yönlü ve kontrol gerektiren niteliğini vurguladığı için “Risk, Tehlike ve Yönetim Gerektiren Unsur” kategorisinde toplanmıştır.

Metaforların kategorilendirilmesinde yalnızca metaforun kendisi değil, katılımcıların metaforu açıklamak için sundukları gerekçeler de dikkate alınmıştır. Çünkü metafor çalışmalarında, metaforun nasıl gerekçelendirildiği, bireyin kavrama yüklediği anlamın derinlemesine anlaşılmasında kritik öneme sahiptir (Schmitt, 2005; Yıldırım & Şimşek, 2006). Araştırmacı yorumu, doğrudan katılımcıların metafor ve gerekçelerine dayandırılmış olup, yorumlar veriden bağımsız spekülasyonlara kaçmamak için sürekli ham verilere dayandırılarak sınırlandırılmıştır.

Geçerlik ve Güvenirlik

Bu araştırmada, nitel araştırma deseninin doğasına uygun olarak geçerlik ve güvenilirlik kavramları yerine Lincoln & Guba (1985) tarafından önerilen inandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik ölçütleri temel alınmıştır. Bu çerçevede araştırmanın yöntemsel sağlamlığını ve bulguların bilimsel güvenilirliğini artırmaya yönelik çeşitli stratejiler bütüncül biçimde uygulanmıştır.

Araştırmanın inandırıcılığını sağlamak amacıyla veri toplama ve analiz süreçleri ayrıntılı biçimde raporlanmış; katılımcıların ürettikleri metaforlara ilişkin özgün ifadeler doğrudan alıntılarla sunularak ulaşılan kategoriler ile ham veriler arasındaki ilişki açık biçimde ortaya konulmuştur. Araştırmanın aktarılabilirliğini artırmak için çalışma grubunun özellikleri (katılımcıların demografik ve eğitimsel profilleri), veri toplama aracı (metafor oluşturma formu), veri toplama koşulları ve analiz aşamaları ayrıntılı betimlemelerle sunulmuştur. Tutarlılığın sağlanması amacıyla veri analizi süreci sistematik bir yapı içerisinde yürütülmüş; kodlama, kategori oluşturma aşamaları adım adım açıklanmıştır. Araştırma sürecinde alınan yöntemsel kararların kayıt altına alınması, analiz sürecinin izlenebilirliğini ve denetlenebilirliğini desteklemiştir. Araştırmanın doğrulanabilirliğini güçlendirmek amacıyla kodlama işlemleri doğrudan katılımcı ifadelerine dayandırılmış ve araştırmacı yorumlarının veriye dayalı olarak geliştirilmesine özen gösterilmiştir. Bununla birlikte, ham veriler, kodlama notları ve analiz dokümanları gerektiğinde bağımsız bir denetçi tarafından incelenebilecek biçimde saklanarak veri şeffaflığı sağlanmıştır.

Metaforların sınıflandırılması sürecinde güvenilirliği belirlemek amacıyla Miles & Huberman (1994) tarafından önerilen formül kullanılmıştır: $\text{Güvenirlik} = \frac{\text{Görüş Birliği}}{(\text{Görüş Birliği} + \text{Görüş Ayrılığı})} \times 100$. Kodlama işlemleri iki bağımsız araştırmacı tarafından yürütülmüş; her iki araştırmacı katılımcıların yüzde onunu temsil eden 14 metafor ve gerekçelerini değerlendirmiştir. Görüş birliği olan metafor sayısı 12, *görüş ayrılığı* olan metafor sayısı 2 olarak belirlenmiştir. Yapılan hesaplama sonucunda güvenilirlik katsayısı $12 / (12 + 2) \times 100 = \%85,71 \approx \%86$ olarak bulunmuştur. Bu değer, nitel araştırmalarda yaygın olarak kabul edilen %70 eşik değerinin üzerinde olduğundan, kodlama sürecinin güvenilir olduğu kabul edilmiştir (Miles & Huberman, 1994).

Sınırlılıklar

Bu araştırma, nitel araştırma yaklaşımı ve olgubilim deseni çerçevesinde yapılandırılmıştır. Bu doğrultuda elde edilen bulgular istatistiksel genelleme amacı taşımamakta; yalnızca araştırma kapsamındaki katılımcıların “para” kavramına ilişkin öznel anlamlandırmalarını yansıtmaktadır. Dolayısıyla bulgular, belirli bir örneklem grubuna özgü bağlamsal yorumlar olarak değerlendirilmelidir. Verilerin tek bir zaman diliminde toplanmış olması araştırmanın zamansal

sınırlılığdır. Bireylerin ekonomik deneyimleri, finansal koşulları ve yaşam bağlamları zaman içerisinde değişkenlik gösterebildiğinden, para kavramına yüklenen anlamlar dinamik bir yapı sergileyebilmektedir. Bu nedenle elde edilen bulgular, katılımcıların araştırmanın yürütüldüğü dönemdeki algısal çerçevelerini yansıtmaktadır.

Araştırmanın önemli sınırlılıklarından biri, maksimum çeşitlilik örnekleme kullanılmış olmasına rağmen demografik değişkenlerin (özellikle aile gelir düzeyi ve sosyoekonomik statü) sistematik olarak analiz edilememesidir. Bu eksikliğin nedenleri, çalışma grubu alt başlığında gerekçeleriyle açıklanmaktadır. Bu durum, farklı sosyoekonomik grupların para algıları arasındaki olası farklılıkların derinlemesine incelenmesini engellemiştir. Araştırmanın bir devlet üniversitesinin öğrencileriyle sınırlı tutulması, bulguların genelleştirilmesinde önemli bir sınırlılıktır. Elde edilen sonuçlar, Amasya Üniversitesi gibi orta ölçekli, devlet üniversitelerinde öğrenim gören genç yetişkinlerin para algılarını yansıtmaktadır. Bulgular, Türkiye'deki benzer sosyoekonomik ve kültürel profile sahip üniversiteler için anlamlı ipuçları sunsa da büyük metropol üniversiteleri veya vakıf üniversiteleri bağlamında farklılaşmalar olabileceği unutulmamalıdır.

Bulgular ve Yorum

Bu araştırmada üniversite öğrencilerinin “para” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar nitel içerik analizi yöntemiyle incelenmiş ve elde edilen verilerin belirli kategoriler altında etrafında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Kategori yapısı, kavramsal benzerlikler ve anlam bütünlüğü dikkate alınarak düzenlenmiş ve metaforlar altı ana kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler; (1) yaşamsal/temel ihtiyaç olarak para, (2) araçsal ve işlevsel bir kaynak olarak para, (3) güç, kontrol ve statü aracı olarak para, (4) doğal ve kaçınılmaz süreç olarak para, (5) duygusal ve psikolojik deneyim olarak para ve (6) risk, tehlike ve yönetim gerektiren unsur olarak para şeklinde belirlenmiştir. Bu sınıflandırma, üniversite öğrencilerinin para kavramını ekonomik bir araç olarak değil, aynı zamanda varoluşsal, toplumsal, psikolojik ve davranışsal boyutlarıyla çok yönlü bir olgu olarak algıladıkları şeklinde yorumlanabilir.

Araştırmada 136 öğrenciden elde edilen metaforlar altı ana kategori altında gruplanmıştır. Kategorilerin altında yer alan metaforlar ve gerekçeleri ile frekans ve yüzde dağılımı aşağıdaki tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Metafor ve Gerekçelerin Kategorik Tablosu

Kategori	Metaforlar ve Frekansları	Birleştirilmiş Gerekeç
Yaşamsal / Temel İhtiyaç (f:41 / %30)	Su (24), Oksijen (4), Baba (3), Nefes (2), Yemek, Ekmek, Kalp, Kan, İskelet, Yaşam kaynağı, Geçim kaynağı, Aile	Para, yaşamın sürdürülebilmesi için vazgeçilmez bir unsurdur; yokluğunda temel ihtiyaçlar karşılanamaz ve hayat zorlaşır.
Araçsal / İşlevsel (f:31 / %23)	Araç (7), Anahtar (6), Yakıt (3), Pusula (3), Köprü (2), Araba (2), Ağaç, Temassız kart, Motivasyon, Toprak, Çiçek, Gübre, Emek, Saksı	Para, bireylerin hedeflerine ulaşmasını sağlayan, ihtiyaçlarını karşılayan ve hayatı kolaylaştıran bir araçtır.
Güç / Kontrol / Statü (f:20 / %15)	Güç (9), Silah (2), Bağımsızlık (2), Karun, Mıknatıs, Savaş, Lüks çanta, Ayna, Güven, Bilgi	Para, bireye güç, otorite ve toplumsal statü kazandırır; birçok şeyi elde etmeyi ve kontrol etmeyi sağlar.
Doğal Süreç (f:16 / %12)	Rüzgar (3), Mevsim (2), Kum (2), Yağmur (2), Deniz suyu (2), Sabun (2), Kolonya, Uçlu kalem, Kuş	Para, akışkan ve kontrol edilmesi zor bir yapıya sahiptir; zamanla tükenir, döngüsel ve değişkendir.
Risk, Tehlike ve Yönetim (f:15 / %11)	Ateş (3), İlaç (3), Mantar (2), Tuz (2), Uçurum, Yeşil ve siyah renk, Zaman, Saat, Hayat	Para, doğru kullanıldığında fayda sağlarken, yanlış kullanıldığında zarar verebilen çift yönlü bir unsurdur.
Duygusal / Psikolojik (f:13 / %10)	Mutluluk (3), Uyuşturucu (3), Huzur (2), Aşk (2), Duygu durum bozukluğu, Kumar, Hastalık	Para, bireylerin duygusal durumlarını etkiler; mutluluk, huzur veya stres ve bağımlılık yaratabilir.

Not: Yüzde değerleri yuvarlama nedeniyle toplamda %101 olarak görünmektedir.

Tablo'2'ye bir bütün olarak bakıldığında, Araştırmada en sık tekrarlanan metafor “su” (f=24) olmuştur. Bunu “güç” (f=9) “araç” (f=7) ve “anahtar” (f=6) metaforları izlemektedir. Bu veriler, üniversite öğrencilerinin para kavramını öncelikle hayati ve temel bir ihtiyaç olarak gördüğünü güçlü bir şekilde desteklemektedir.

Yaşamsal/Temel İhtiyaç Olarak Para

Bu kategoride yer alan metaforlar (su, oksijen, nefes, yemek, ekmek, kalp, kan, iskelet, yaşam kaynağı, geçim kaynağı, baba, aile), üniversite öğrencilerinin para kavramını doğrudan yaşamın sürdürülebilirliği ile ilişkilendirdiklerini göstermektedir. Katılımcıların önemli bir kısmı, parayı ekonomik bir değişim aracı olarak değil, yaşamın devamı için vazgeçilmez bir unsur olarak anlamlandırmaktadır. Bu durum, paranın bireylerin zihinsel dünyasında biyolojik ihtiyaçlarla eşdeğer bir zorunluluk düzeyine taşındığı şeklinde yorumlanabilir. Özellikle “su”, “oksijen” ve “nefes” gibi metaforlar, paranın yokluğunun hayati bir eksiklik olarak algılandığını göstermektedir. Bu tür metaforlar, paranın süreklilik gerektiren ve kesintiye uğradığında yaşamı doğrudan sekteye uğratabilecek bir unsur olarak kavramsallaştırıldığını düşündürmektedir. Benzer şekilde “ekmek” ve “yemek” metaforları, paranın gündelik yaşam pratikleriyle kurduğu doğrudan ilişkiye işaret etmekte; bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılayabilmesinde merkezi bir rol üstlendiğini vurgulamaktadır. Böylece para, soyut bir ekonomik değer olmanın ötesine geçerek somut yaşam deneyimlerinin ayrılmaz bir parçası hâline gelmektedir.

“Kalp”, “kan” ve “iskelet” gibi metaforlar ise parayı yaşamın işleyişini mümkün kılan bir sistem unsuru olarak konumlandırmaktadır. Bu metaforlar, paranın yalnızca bireysel düzeyde değil,

toplumsal düzenin devamlılığı açısından da kritik bir işleve sahip olduğu yönündeki algıyı yansıtmaktadır. Paranın yokluğu, bu çerçevede yalnızca bireysel yoksunluk değil, aynı zamanda düzenin bozulmasıyla ilişkilendirilen bir durum olarak düşünülmektedir. Diğer yandan “baba” ve “aile” metaforları, paranın sosyal ve ilişkisel boyutuna işaret etmektedir. Bu metaforlar aracılığıyla para, güvenlik, korunma ve destek gibi anlamlarla bütünleşmekte; bireyin yalnızca fiziksel değil, aynı zamanda sosyal varlığının sürdürülebilirliğinde de belirleyici bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, paranın bireyler açısından yalnızca maddi bir araç değil, aynı zamanda sembolik bir güvence mekanizması olarak işlev gördüğünü göstermektedir. Katılımcıların destekleyici ham görüşleri şu şekildedir:

“Para su gibidir, çünkü olmadan yaşamı sürdürmek zordur.”

“Para susuz kalmaya benzer; yaşam için gereklidir.”

“Para su gibidir, çünkü susuz kalan bir insan gibi parasız kalan da yaşayamaz.”

“Para oksijen gibidir. Bir süre idare edersin ama bittiğinde boğulursun.”

“Para babam gibidir. Evde para yoksa her şey karışır, huzur kalmaz

Genel olarak, bu kategori altında üretilen metaforlar, üniversite öğrencilerinin para kavramına yüksek düzeyde zorunluluk atfederek anlamlandırdıklarını şeklinde yorumlanabilir. Bu bulgu, genç bireylerin ekonomik gerçekliklerle doğrudan temas hâlinde olmaları ve sınırlı kaynaklar içinde yaşamlarını sürdürme deneyimleriyle yakından ilişkilidir. Dolayısıyla para, katılımcılar açısından sadece ekonomik bir araç değil; yaşamın devamlılığını sağlayan, güvenlik hissi üreten ve varoluşsal düzeyde anlam kazanan çok katmanlı bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu kategori, üniversite öğrencilerinin para kavramını Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinde birinci basamağı olan “fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları” (Genkova, 2021) düzeyinde algılandığını göstermektedir. Öğrencilerin “su”, “oksijen”, “nefes”, “kan” ve “kalp” gibi metaforları, parayı biyolojik varoluşun devamı için zorunlu bir unsur olarak gördükleri şeklinde düşünülmektedir. Bu algı, ekonomik kırılganlık yaşayan genç yetişkinlerin para ile kurduğu ilişkiyi açıklamaktadır (Lusardi, 2019). Özellikle Türkiye’de üniversite öğrencilerinin önemli bir kısmının aile desteğine veya krediye bağımlı olması, parayı “yaşam kaynağı” olarak algılamalarına yol açmaktadır. Bu bulgu, finansal kaygı literatürüyle de uyumludur (Archuleta vd., 2013).

Araçsal / İşlevsel Bir Kaynak Olarak Para

Araçsal/işlevsel bir kaynak olarak para kategorisi altında yer alan metaforlar (araç, anahtar, yakıt, köprü, araba, temassız kart, pusula, motivasyon, toprak, ağaç, çiçek, gübre, emek, saksı), üniversite öğrencilerinin para kavramını doğrudan işlevsellik ve kullanım değeri üzerinden anlamlandırdıklarını göstermektedir. Bu bağlamda para, kendi başına bir amaç olmaktan ziyade, bireylerin hedeflerine ulaşmasını sağlayan, yaşamı kolaylaştıran ve çeşitli ihtiyaçların karşılanmasında aracılık eden bir unsur olarak konumlandırılmaktadır. Özellikle “araç”, “anahtar” ve “köprü” metaforları, paranın erişim sağlayıcı bir işlev üstlendiğini göstermektedir. Bu metaforlar, paranın bireylerin farklı imkânlarla ulaşmasını mümkün kılan bir geçiş unsuru olarak görüldüğünü; başka bir ifadeyle, hedef ile sonuç arasındaki mesafeyi kapatan bir mekanizma olarak değerlendirildiğini düşündürmektedir. Benzer şekilde “yakıt” ve “araba” metaforları, paranın hareket ettirici ve süreci ilerletici bir güç olarak algılandığını göstermektedir. Bu çerçevede para, bireysel yaşamın sürekliliğini sağlayan bir enerji kaynağı gibi işlev görmektedir.

“Temassız kart” metaforu ise paranın modern ve pratik kullanım biçimlerine yapılan doğrudan bir göndermedir. Bu metafor, dijitalleşen ekonomik ilişkiler içerisinde paranın hız, kolaylık ve erişilebilirlik özellikleriyle ön plana çıktığını düşündürmektedir. Aynı şekilde “pusula” metaforu, paranın bireylerin karar alma süreçlerinde yön belirleyici bir rol üstlendiğine işaret etmektedir. Bu durum, ekonomik tercihlerin şekillenmesinde paranın yalnızca bir araç değil, aynı zamanda yön

verici bir referans noktası olarak görüldüğünü göstermektedir. Diğer yandan “toprak”, “ağaç”, “çiçek” ve “gübre” gibi metaforlar, paranın üretkenlik ve büyüme ile ilişkilendirildiğini ortaya koymaktadır. Bu metaforlar, paranın doğru kullanıldığında değer üreten, çoğalan ve gelişimi destekleyen bir kaynak olarak algılandığını düşündürmektedir. Para, pasif bir unsurdan ziyade, bireysel ve ekonomik gelişimi besleyen dinamik bir yapı olarak kavramsallaştırılmaktadır. “Emek” ve “sakı” metaforları da benzer şekilde paranın üretim süreciyle olan ilişkisine ve potansiyel geliştirme kapasitesine vurgu yapmaktadır. Katılımcıların destekleyici ham görüşleri şu şekildedir:

“Para benim için bir araçtır; doğru kullanıldığında insanı hedeflerine götürür.”

“Para araçtır benim için. Amaç olursa benliğimizi kaybederiz.”

“Para bir anahtardır çünkü kapıları açar, kapalı olan imkânları görünür kılar.”

“Para yakıt gibidir; arabayı çalıştırır ama yakıt bitince yolda kalırsın.”

“Para köprü gibidir, bir yakadan diğer yakaya geçmeni sağlar.”

Genel olarak, bu kategori altında geliştirilen metaforlar, üniversite öğrencilerinin para kavramını nihai bir amaç değil; bireylerin yaşamlarını organize etmelerini, hedeflerine ulaşmalarını ve ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlayan bir araç olarak anlamlandırıldığını göstermektedir. Bu bulgu, ekonomik rasyonalite ile uyumlu bir biçimde, paranın kullanım değerine odaklanan pragmatik bir algının öğrenciler arasında yaygın olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Para'nın “anahtar”, “köprü”, “yakıt”, “pusula” gibi metaforlarla araçsallaştırılması, klasik iktisadın para tanımına (değişim aracı) yakın bir algıyı yansıtmaktadır. Ancak bu algı, gençlerin pragmatik başa çıkma stratejisi olarak da okunabilir. Tüketim kültürünün yoğun baskısı altında olan üniversite öğrencileri, parayı hedeflerine ulaşmada bir araç olarak gördüklerinde, aynı zamanda kültürel kapitalizm mantığını içselleştirmiş olmaktadır (Lee, 2005). Bu kategori, öğrencilerin sınırlı kaynaklarla gelecek kaygısını yönetme çabalarını simgelemektedir.

Güç / Kontrol / Statü Aracı Olarak Para

Bu kategorideki metaforlar (güç, silah, bağımsızlık, karun, miknatıs, savaş, lüks çanta, ayna, güven, bilgi), üniversite öğrencilerinin para kavramını toplumsal güç ilişkileri, kontrol mekanizmaları ve statü göstergeleri bağlamında anlamlandırdıklarını göstermektedir. Bu çerçevede para, ekonomik bir araç olmanın ötesinde, bireye etki alanı kazandıran, diğerleri üzerinde belirli ölçülerde kontrol sağlayan ve toplumsal konumunu belirleyen bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Özellikle “güç” ve “silah” metaforları, paranın doğrudan bir etki ve yaptırım aracı olarak algılandığı şeklinde yorumlanabilir. Bu metaforlar, paranın bireye yalnızca imkân sunmakla kalmayıp, aynı zamanda başkaları üzerinde belirleyici olma kapasitesi kazandırdığına yönelik bir algıyı yansıtmaktadır. Benzer şekilde “savaş” metaforu, ekonomik kaynakların rekabet, mücadele ve üstünlük kurma süreçleriyle ilişkilendirildiğini ortaya koymakta; paranın güç ilişkileri içindeki stratejik rolüne işaret etmektedir.

“Bağımsızlık” metaforu ise paranın bireysel özerklik ile kurduğu güçlü ilişkiyi göstermektedir. Bu bağlamda para, bireyin başkalarına olan bağımlılığını azaltan ve kendi kararlarını alabilmesini mümkün kılan bir özgürlük aracı olarak değerlendirilmektedir. Bu algı, özellikle genç bireylerin ekonomik bağımsızlık arayışlarıyla doğrudan ilişkilendirilebilir. Bu kategori içerisinde dikkat çeken bir diğer metafor olan “Karun”, paranın zenginlik ve servet birikimiyle özdeşleştirildiğini göstermektedir. Bu metafor, paranın yalnızca ihtiyaçları karşılayan bir araç değil, aynı zamanda toplumsal prestij ve ayrıcalık sağlayan bir değer birikimi olarak algılandığı şeklinde yorumlanabilir. Benzer şekilde “lüks çanta” metaforu da paranın görünür statü göstergeleri üzerinden anlamlandırıldığını ve tüketim pratikleriyle ilişkilendirildiğini düşündürmektedir.

“Mıknatıs” metaforu, paranın çekim gücüne vurgu yaparak, bireyleri ve fırsatları kendine doğru yönlendiren bir unsur olduğu algısına yol açmaktadır. Bu durum, paranın sosyal ilişkiler ve fırsat eşitsizlikleri üzerindeki etkisine dair sezgisel bir farkındalığı yansıtmaktadır. “Ayna” metaforu ise paranın bireyin toplumsal konumunu ve kimliğini yansıtan bir araç olarak görüldüğünü; bireylerin kendilerini ve başkalarını değerlendirme biçimlerinde para faktörünün belirleyici olabildiğini göstermektedir. Son olarak “güven” ve “bilgi” metaforları, paranın yalnızca maddi değil, aynı zamanda sembolik bir sermaye türü olarak da algılandığını ortaya koymaktadır. Durum böyle olunca; para, bireyin hem ekonomik hem de sosyal ilişkilerinde güven oluşturma ve bilgiye erişim sağlama kapasitesi ile ilişkilendirilmektedir. Katılımcıların destekleyici ham görüşleri şu şekildedir:

“Ne kadar paran olursa o kadar güçlü olursun; para güç demektir.”

“Parası olan her alanda söz sahibidir, statü kazanır.”

“Doğru kullanılmadığında kaybedilir, iyi yönetildiğinde kazandırır.”

“Para güçtür. Parası olanın sözü dinlenir, parası olmayanın sesi çıkmaz.”

“Para silah gibidir. Hem kendini korursun hem de istediğini yaptırırsın.”

“Para lüks çanta gibidir. Taşıyanın statüsü belli olur.”

Genel olarak, bu kategori altında geliştirilen metaforlar, paranın yalnızca bir değişim aracı değil; bireyin toplumsal konumunu belirleyen, ilişkilerini şekillendiren ve etki alanını genişleten bir güç mekanizması olarak görüldüğünü göstermektedir. Bu bulgu, paranın modern toplumlarda yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda sosyo-politik bir anlam taşıdığını ortaya koyması açısından dikkat çekicidir.

Bu kategori, G. Simmel’in “paranın sosyolojik anlamı” kavramı (Costa, 2013) ve Bourdieu’nün (2018) ekonomik ve sembolik sermaye kavramlarıyla doğrudan örtüşmektedir. “Silah”, “güç”, “Karun”, “lüks çanta” metaforları, paranın gençler tarafından sosyal statü ve sosyal sermaye kaynağı olarak görüldüğünü göstermektedir. Özellikle sosyal medya çağında gençlerin kimlik inşasında para ve tüketimin belirleyici rolü (Twenge, 2019), bu metaforların yoğunluğunu açıklamaktadır. Bu algı, para ile güç arasındaki ilişkinin gençlerde ne kadar içselleştirdiğini ortaya koymakta ve sosyal karşılaştırma teorisiyle bağdaştırılabilir.

Doğal Süreç Olarak Para

Doğal süreç olarak para kategorisi altında yer alan metaforlar (rüzgâr, mevsim, kum, yağmur, deniz suyu, sabun, kolonya, uçlu kalem, kuş), üniversite öğrencilerinin para kavramını akışkanlık, değişkenlik ve kontrol edilemezlik gibi özellikler üzerinden anlamlandırdıklarını göstermektedir. Bu çerçevede para, sabit ve durağan bir unsurdan ziyade, sürekli hareket hâlinde olan ve zaman içerisinde dönüşen bir süreç olarak kavramsallaştırılmaktadır. Özellikle “rüzgâr” ve “yağmur” metaforları, paranın elde tutulması zor, geçici ve öngörülemez bir yapıya sahip olduğu algısını yansıtmaktadır. Bu metaforlar, paranın bireyin kontrolü dışında hareket edebilen, hızlıca gelip geçebilen ve sürekliliği garanti olmayan bir unsur olarak değerlendirildiğini düşündürmektedir. Benzer şekilde “mevsim” metaforu, paranın döngüsel bir karaktere sahip olduğunu; artış ve azalışların belirli dönemler içinde tekrar ettiğini ima etmektedir. Bu durum, ekonomik dalgalanmalara yönelik sezgisel bir farkındalığın öğrenciler tarafından içselleştirildiğini göstermektedir.

“Kum” metaforu, paranın elde tutulmasının güçlüğü ve zamanla tükenen bir yapıya sahip olduğunu ifade ederken; “deniz suyu” metaforu, ne kadar çok olursa olsun doyumsuzluk hissi yaratabilen bir yönüne işaret etmektedir. Bu tür metaforlar, paranın hem fiziksel hem de psikolojik düzeyde “kontrol edilmesi zor” bir kaynak olduğunu göstermektedir. Diğer yandan “sabun” ve “kolonya” metaforları, paranın kullanıldıkça azalan ve tüketimle birlikte yok olan bir niteliğe sahip

olduğunu vurgulamaktadır. Bu metaforlar, paranın doğası gereği geçici olduğunu ve sürekli yenilenmesi gereken bir kaynak olarak düşünüldüğünü göstermektedir. “Uçlu kalem” metaforu da benzer şekilde, kullanım sürecinde azalan ve dikkatli yönetilmediğinde hızla tükenen bir kaynağa işaret etmektedir. “Kuş” metaforu ise paranın özgür, hareketli ve elde tutulması zor bir varlık olarak algılandığını ifade etmektedir. Bu metafor, paranın bireyin kontrolünden kolayca çıkabilen, anlık ve geçici bir niteliğe sahip olduğu yönündeki algıyı güçlendirmektedir. Katılımcıların destekleyici ham görüşleri şu şekildedir:

“Para su gibi akıp gider, ne zaman bittiğini anlamak zordur.”

“Parayı doğru yere ekersen, bir gün sana meyve verir.”

“Para mutluluk gibidir. Olduğu zaman her şey güzel, olmadığı zaman hayat çekilmez.”

“Para hastalık gibidir. Hem varlığı hem yokluğu insanı hasta eder.”

“Para kuş gibidir. Bir yakalarsın, bir bakarsın uçup gitmiş.”

Genel olarak değerlendirildiğinde, bu kategori bireylerin ekonomik deneyimleri içerisinde belirsizlik, dalgalanma ve geçicilik unsurlarını yoğun biçimde hissettiklerini düşündürmektedir. Dolayısıyla para, bu perspektifte yalnızca sahip olunan bir değer değil, zaman içinde hareket eden, azalan, çoğalan ve yönetilmesi gereken dinamik bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. “Rüzgar”, “kum”, “yağmur”, “kuş” metaforları, paranın akışkanlık özelliğini ve kontrol edilemezliğini vurgulamaktadır. Bu algı, Simmel’in paranın modern toplumda yarattığı “akışkan modernlik” (Costa, 2013) ve Bauman’ın kültürel tüketim düşüncesiyle (Lee, 2005) paralellik göstermektedir. Öğrencilerin bu metaforları kullanması, ekonomik belirsizlik ve enflasyon ortamında paranın geçiciliğine dair kolektif bir farkındalığa işaret etmektedir.

Risk, Tehlike ve Yönetim Gerektiren Unsur Olarak Para

Bu kategorideki metaforlar (ateş, ilaç, mantar, tuz, uçurum, yeşil ve siyah renk, zaman, saat, hayat), üniversite öğrencilerinin para kavramını çift yönlü sonuçlar doğurabilen, dikkatli kullanılmadığında risk ve tehlike barındıran bir unsur olarak anlamlandırdıklarını göstermektedir. Bu çerçevede para, yalnızca fayda sağlayan bir araç değil; aynı zamanda yanlış kullanım durumunda birey üzerinde olumsuz etkiler yaratabilecek bir güç olarak değerlendirilmektedir. “Ateş” metaforu, bu kategorinin en çarpıcı göstergelerinden biridir. Ateşin hem ısıtıcı ve faydalı hem de yakıcı ve yıkıcı bir özelliğe sahip olması gibi, para da doğru kullanıldığında yaşamı kolaylaştıran; ancak kontrolsüz kullanıldığında zarar verici sonuçlar doğurabilen bir unsur olarak algılanmaktadır. Benzer şekilde “ilaç” metaforu, paranın ölçülü ve bilinçli kullanımının fayda sağladığını, ancak aşırı veya yanlış kullanımın zararlı olabileceğini vurgulamaktadır. Bu iki metafor, paranın doğasında bulunan “denge” gereksinimine dikkat çekmektedir. “Mantar” ve “tuz” metaforları da paranın kullanım biçimine bağlı olarak değer kazanan ya da zarar veren bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Özellikle “tuz” metaforu, az olduğunda eksiklik, fazla olduğunda ise zarar yaratan bir yapıyı temsil ederek paranın optimal düzeyde kullanımının önemine işaret etmektedir. Bu durum, öğrencilerin para yönetimine ilişkin ölçülülük ve denge kavramlarını sezgisel olarak benimsediklerini göstermektedir.

“Uçurum” metaforu, paranın riskli yönüne doğrudan vurgu yapmaktadır. Bu metafor, yanlış finansal kararların bireyi ani ve ciddi kayıplara sürükleyebileceği yönündeki algıyı yansıtmaktadır. Bu bağlamda para, dikkatli yönetilmediğinde tehlikeli sonuçlar doğurabilecek bir unsur olarak değerlendirilmektedir. “Yeşil ve siyah renk” metaforu ise paranın hem olumlu (refah, kazanç) hem de olumsuz (kayıp, borç, kriz) anlamlar taşıyabilen ikili doğasına işaret etmektedir. “Zaman” ve “saat” metaforları, paranın yönetim gerektiren bir kaynak olduğunu vurgulamaktadır. Bu metaforlar, paranın tıpkı zaman gibi sınırlı, planlanması gereken ve doğru kullanılmadığında geri kazanılması güç bir değer olduğunu göstermektedir. Para, yalnızca sahip olunan bir varlık değil; aynı zamanda planlama, kontrol ve bilinçli kullanım gerektiren bir süreç olarak anlamlandırılmaktadır. “Hayat”

metaforu ise paranın bütün bu unsurları kapsayan geniş bir çerçevede, fırsatlar ve riskler içeren bir yapı olarak algılanmasıdır. Katılımcıların destekleyici ham görüşleri şu şekildedir:

“Para ateş gibidir; doğru kullanılırsa fayda sağlar, kontrol edilmezse zarar verir.”

“Para ateş gibidir. Isınmak için yakarsın ama kontrol etmezsen evi yakar.”

“Para uçurum gibidir. Manzarası güzel ama bir adım yanlış atarsan düşersin.”

“Para ilaç gibidir. Dozunda faydalıdır, fazlası zehirdir.”

Genel olarak değerlendirildiğinde, bu kategori altında geliştirilen metaforlar, üniversite öğrencilerinin para kavramına ilişkin farkındalıklarının yalnızca fayda boyutuyla sınırlı olmadığını; aynı zamanda risk, belirsizlik ve yönetim gerekliliği gibi unsurları da kapsadığını göstermektedir. Para, bu çerçevede çift yönlü bir araç olarak değerlendirilmekte; doğru kullanıldığında yaşamı destekleyen, ancak yanlış yönetildiğinde bireysel ve sosyal düzeyde olumsuz sonuçlar doğurabilen bir unsur olarak kavramsallaştırılmaktadır. Bu bulgu, genç bireylerin para ile ilişkilerinde sezgisel bir risk algısı geliştirdiklerini ve finansal kararların sonuçlarına dair belirli bir farkındalık düzeyine sahip olduklarını ortaya koyması açısından dikkat çekicidir.

“Ateş”, “ilaç”, “uçurum”, “mantar” metaforları, paranın çift yönlü doğasına dair güçlü bir risk farkındalığına işaret etmektedir. Bu bulgu, gençlerin finansal okuryazarlık düzeyleri düşük olsa bile, sezgisel bir risk algısına sahip olduklarını göstermektedir. Bu durum, davranışsal iktisattaki “kayıptan kaçınma” (loss aversion) eğilimiyle de (Yechiam, 2019) ilişkilendirilebilir.

Duygusal / Psikolojik Olarak Para

Bu kategorideki metaforlar (mutluluk, huzur, aşk, duygu durum bozukluğu, uyuşturucu, kumar, hastalık), üniversite öğrencilerinin para kavramını ekonomik bir unsur olarak değil, aynı zamanda güçlü duygusal ve psikolojik etkiler üreten bir deneyim olarak anlamlandırdıklarını göstermektedir. Bu çerçevede para, bireylerin içsel dünyasını doğrudan etkileyen; olumlu ve olumsuz duyguları aynı anda barındırabilen bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. “Mutluluk”, “huzur” ve “aşk” gibi metaforlar, paranın bireyler açısından olumlu duygularla ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu metaforlar, paranın güvenlik hissi sağlama, yaşam kalitesini artırma ve bireyin kendini iyi hissetmesine katkıda bulunma gibi işlevler üstlendiğini düşündürmektedir. Özellikle “huzur” metaforu, ekonomik yeterliliğin bireyde kaygıyı azaltan ve psikolojik dengeyi destekleyen bir unsur olarak algılandığına işaret etmektedir. Para, yalnızca maddi ihtiyaçların karşılanmasını değil, aynı zamanda duygusal tatmini de mümkün kılan bir araç olarak değerlendirilmektedir.

Buna karşılık “duygu durum bozukluğu”, “uyuşturucu”, “kumar” ve “hastalık” gibi metaforlar, paranın olumsuz psikolojik etkilerine vurgu yapmaktadır. Bu metaforlar, paranın birey üzerinde bağımlılık yaratabilen, kontrol kaybına yol açabilen ve psikolojik dengesizlikleri tetikleyebilen bir unsur olarak algılandığını göstermektedir. Özellikle “uyuşturucu” ve “kumar” metaforları, paranın haz ve risk ilişkisi üzerinden bağımlılık döngüsü yaratabileceğine dair güçlü bir farkındalığı yansıtmaktadır. Bu durum, paranın yalnızca rasyonel bir araç olarak değil, aynı zamanda duygusal tepkiler ve dürtülerle iç içe geçmiş bir deneyim olarak kavramsallaştırıldığını ortaya koymaktadır. “Duygu durum bozukluğu” ve “hastalık” metaforları ayrıca paranın bireyin ruh hâli üzerindeki dalgali ve zaman zaman yıpratıcı etkilerine işaret etmektedir. Bu metaforlar, paraya ilişkin deneyimlerin yalnızca olumlu sonuçlar doğurmadığını; aksine stres, kaygı ve psikolojik baskı gibi olumsuz durumları da beraberinde getirebildiğini göstermektedir. Katılımcıların destekleyici ham görüşleri şu şekildedir:

“Sabun gibidir, kullandıkça erir”

“Para uyuşturucu gibidir. Azı yetmez, daha fazlasını istersin.”

“Para mutluluk gibidir. Olduğu zaman her şey güzel, olmadığı zaman hayat çekilmez.”

“Para hastalık gibidir. Hem varlığı hem yokluğu insanı hasta eder.

“Para aşk gibidir, gelip geçicidir. Çok sevdiğin zaman bırakması zor olur.”

Genel olarak bakıldığında, bu kategori altında geliştirilen metaforlar, üniversite öğrencilerinin para kavramını yoğun bir duygusal ve psikolojik yük ile anlamlandırdıkları şeklinde yorumlanabilir. Para, bireyin mutluluğunu, huzurunu, kaygı düzeyini ve davranışlarını etkileyen güçlü bir psikososyal unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bulgu, ekonomik kararların yalnızca rasyonel hesaplamalara dayanmadığını; aynı zamanda bireylerin duygusal deneyimleri ve psikolojik durumlarıyla yakından ilişkili olduğunu göstermesi açısından dikkat çekicidir.

Bu kategori, davranışsal iktisadın temel tezlerinden birini doğrulamaktadır: Ekonomik kararlar büyük ölçüde duygusal ve psikolojik süreçler tarafından şekillenir (Santos, 2025). “Uyuşturucu”, “kumar”, “hastalık” metaforları, paraya yönelik bağımlılık ve çift kutupluluk duygusunu yansıtmaktadır. Üniversite gençliğinin finansal kaygı düzeyinin yüksek olduğu bilinirken (Qi vd., 2025), bu metaforlar duygusal yükün ne kadar ağır olduğunu göstermektedir.

Bir bütün olarak çalışmadan elde edilen bulgulara yaş dağılımı (19-24) açısından belirgin bir farklılaşma gözlenmemiştir. Katılımcıların büyük çoğunluğu benzer yaş grubunda olduğu için para algısının bu dönemde daha çok ortak ekonomik deneyimlerden (sınırlı gelir, borç, gelecek kaygısı) etkilendiği söylenebilir.

Sonuç

Araştırmada katılımcıların ürettiği metaforların (61) yüzdelik dağılımı şu şekildedir: yaşamsal/temel ihtiyaç kategorisi %30, araçsal/işlevsel kategorisi %23, güç/statü kategorisi %15, doğal süreç %12, risk/tehlike kategorisi %11 ve duygusal/psikolojik kategorisi %10. Bu dağılıma göre, katılımcıların yaklaşık yarısından fazlası (yaklaşık %53) parayı ekonomik yaşamın vazgeçilmez bir aracı olarak görmektedir. Ayrıca, üniversite öğrencilerinin para kavramını tek boyutlu bir ekonomik unsur olarak değil, çok katmanlı ve deneyim temelli bir olgu olarak anlamlandırdıkları görülmektedir. Katılımcılar, parayı bir yandan yaşamın sürdürülebilmesi için zorunlu bir kaynak olarak konumlandırırken, diğer yandan bireysel hedeflere ulaşmayı sağlayan işlevsel bir araç olarak değerlendirmektedir. Bununla birlikte para; güç, kontrol ve toplumsal statü ile ilişkilendirilerek sosyal hiyerarşiler içerisindeki belirleyici rolüyle de öne çıkmaktadır. Diğer yandan, paranın akışkan, değişken ve çoğu zaman kontrol edilmesi güç bir yapıya sahip olduğu yönündeki algılar, ekonomik deneyimlerin belirsizlik ve süreklilik boyutlarına işaret etmektedir. Bu durum, paranın yalnızca sahip olunan bir değer değil, aynı zamanda zaman içinde hareket eden dinamik bir süreç olarak kavramsallaştırıldığını göstermektedir. Ayrıca para, bireylerin duygusal ve psikolojik dünyasıyla doğrudan ilişkili bir unsur olarak; hem olumlu duygular (güven, huzur, mutluluk) hem de olumsuz deneyimler (stres, bağımlılık, kaygı) ile anlamlandırılmaktadır.

Para kavramının risk, tehlike ve yönetim gerekliliği çerçevesinde ele alınması, katılımcıların finansal farkındalıklarının belirli bir düzeye ulaştığını göstermektedir. Bu bağlamda para, doğru kullanıldığında fayda sağlayan; ancak yanlış yönetildiğinde olumsuz sonuçlar doğurabilen çift yönlü bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde, elde edilen bulgular para kavramının öğrencilerin zihninde ekonomik, sosyal ve psikolojik boyutların iç içe geçtiği bütüncül bir anlam yapısı içerisinde konumlandığı şeklinde yorumlanabilir.

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin para kavramına ilişkin metaforik algılarını fenomenolojik bir yaklaşımla inceleyerek, paranın gençlerin zihinsel dünyasında ne kadar çok katmanlı ve çelişkili bir olgu olduğunu ortaya koymuştur. Bulgular, para algısının en baskın iki boyutunun yaşamsal ihtiyaç (%30) ve araçsal kaynak (%23) olduğunu göstermektedir. Bu dağılım, üniversite öğrencilerinin ekonomik kırılganlık içinde yaşadıklarını ve parayı öncelikle “hayatta kalma” aracı olarak gördüklerini güçlü bir biçimde yansıtmaktadır. Para algısının bu çok boyutlu yapısı, gençlerin finansal kırılganlığı (financial vulnerability) literatürüyle uyumludur (Lusardi,

2019). Sınırlı gelir kaynakları, artan borç yükü, enflasyon ve gelecek belirsizliği, öğrencilerin para ile kurduğu ilişkiyi hem zorunluluk hem de kaygı kaynağı haline getirmektedir. Özellikle “ateş”, “uçurum”, “uyuşturucu” ve “kum” gibi metaforlar, paranın aynı anda hem fırsat hem de tehdit olarak algılandığını göstermekte; bu da gençlerde yüksek düzeyde finansal kaygı yarattığına işaret etmektedir (Archuleta vd., 2013).

Bulgular aynı zamanda davranışsal iktisat perspektifini desteklemektedir. Öğrencilerin para ile kurduğu duygusal ve psikolojik ilişki (Kahneman, 2011; Thaler, 2015), rasyonel karar alma modellerinin yetersizliğini bir kez daha göstermesi şeklinde yorumlanabilir. Para, gençler için sadece ekonomik bir araç değil; kimlik, statü, güvenlik ve özgürlük gibi psikososyal anlamlar taşıyan güçlü bir semboldür. Bu çalışma, finansal okuryazarlık eğitimleri açısından önemli çıkarımlar sunmaktadır. Geleneksel finansal okuryazarlık programlarının ağırlıklı olarak bilişsel bilgi aktarımına odaklanması yetersiz kalmaktadır. Üniversitelerde tasarlanacak programların, öğrencilerin para ile kurduğu duygusal, sembolik ve metaforik algıları da dikkate alan bütüncül bir yaklaşıma ihtiyaç duyduğu açıktır. Özellikle risk yönetimi, duygusal farkındalık ve tüketim kültürü eleştirisi gibi psikososyal modüller, programlara entegre edilmelidir.

Metaforik örüntüler incelendiğinde, para algısının demografik ve sosyoekonomik deneyimlerden bağımsız olmadığı görülmektedir. Özellikle ekonomik kırılganlık deneyimi yaşayan öğrencilerin parayı daha çok “yaşamsal ihtiyaç”, “risk” ve “güvence” ekseninde anlamlandırdığı; buna karşılık bazı öğrencilerin para kavramını “güç”, “statü” ve “bağımsızlık” boyutuyla ilişkilendirdiği dikkat çekmektedir. Bu durum, para algısının yalnızca bireysel değil, aynı zamanda toplumsal ve sınıfsal deneyimlerle de şekillendiğini düşündürmektedir.

Metaforların kategorisel dağılımına bakıldığında, bazı demografik farklılıklar da dikkat çekmektedir. Cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, kadın katılımcıların daha sık “huzur”, “kalp”, “aile”, “güven” ve “mutluluk” gibi duygusal ve yaşamsal temelli metaforları tercih ettiği; erkek katılımcıların ise “güç”, “silah”, “bağımsızlık”, “karun” ve “savaş” gibi güç, statü ve kontrol odaklı metaforlara daha yüksek oranda yer verdiği gözlenmiştir. Bu farklılık, literatürdeki cinsiyet temelli finansal tutum ve algı çalışmalarını (Chen & Volpe, 2002) destekler niteliktedir.

Akademik birim açısından ise İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Teknik Bilimler MYO öğrencilerinin “araç”, “anahtar”, “pusula” ve “yakıt” gibi işlevsel metaforları daha sık kullandıkları Eğitim Fakültesi ve Sağlık Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin “kalp”, “aile”, “huzur”, “ateş” ve “ilaç” gibi duygusal, yaşamsal ve risk temelli metaforlara daha fazla ağırlık verdiği görülmüştür. Bu bulgular, akademik disiplinin öğrencilerin para algısı üzerindeki etkisine işaret etmekte olup, farklı alanlarda finansal okuryazarlık eğitiminin tasarlanmasında dikkate alınması gereken önemli bir boyut sunmaktadır.

Katılımcıların para kavramını “yaşamsal ihtiyaç”, “risk”, “güç” ve “kaygı” düzleminde anlamlandırmaları, yükselen ekonomik kırılganlığın psikososyal etkilerine işaret etmektedir. Bu nedenle üniversitelerde uygulanacak finansal okuryazarlık politikalarının yalnızca teknik finans bilgisini değil; finansal stres, tüketim baskısı, borçlanma davranışı ve duygusal finans yönetimi gibi boyutları da kapsamaları gerekmektedir. Sonuç olarak, para algısının genç bireylerin psikolojik iyi oluşu ve finansal karar alma süreçleri üzerindeki etkisi göz ardı edilemez. Gelecek çalışmaların daha geniş örneklemle, karma yöntemlerle bu algıların zaman içindeki değişimini incelemesi önem taşımaktadır. Gençlerin daha bilinçli, dengeli ve sağlıklı bir para ilişkisi geliştirmeleri hem bireysel refahları hem de toplumsal ekonomik istikrar açısından kritik öneme sahiptir.

References

- Acar Başeğmez, D., & Uyangör, N. (2021). Sınıf öğretmenlerinin öğretmenlik mesleğine ilişkin algıları. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 16(1), 577-596. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.48408>
- Akdi, Z., & Acar, F. (2025). Resmi sınıf rehberlik programı ve uygulamadaki sınıf rehberlik programı arasındaki uyumun incelenmesi. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 20(1), 171-196. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.80609>
- Altun, T., & Batmaz, O. (2018). *Bitişik eğik yazı uygulaması zorunluluğunun kaldırılmasına ilişkin sınıf öğretmenlerinin görüşleri*. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 13(11), 169-188. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.13169>
- Ansong, A. & Gyensare, M.A. (2012). Determinants of university working-students' financial literacy at the university of Cape Coast, Ghana. *International Journal of Business and Management*, 7(9), 126-133. <http://dx.doi.org/10.5539/ijbm.v7n9p126>
- Antepli, A. & Kılınç, E. (2018). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeyleri belirlenmesi üzerine bir araştırma: Beyşehir AA işletme fakültesi örneği. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 5(29), 3620-3629. <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.765>
- Arceo-Gómez, E.O. & Villagómez, F.A. (2017). Financial literacy among Mexican high school teenagers. *International Review of Economics Education*, 24, 1-17. <http://dx.doi.org/10.1016/j.iree.2016.10.001>
- Archuleta, K. L., Dale, A. & Spann, S. M. (2013). College students and financial distress: Exploring debt, financial satisfaction, and financial anxiety. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 24(2), 50-62. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1043230.pdf>
- Aslan, V.U. (2019). Parayı bir toplumsal ilişki olarak tanımlamak. *Yıldız Social Science Review*, 5(2), 263-286. <http://dx.doi.org/10.51803/yssr.591490>
- Avcı Akbel, B. (2019). Türk müziğinde viyolonsel kullanımı ile ilgili icracıların ve öğretim elemanlarının görüş ve yaklaşımları. *Turkish Studies: Social Sciences*, 14(1), 57-76. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14766>
- Avcı, G., & Gümüş, N. (2019). Sınıf dışı eğitim etkinliklerine yönelik öğrenci görüşleri. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 14(2), 351-377. <https://doi.org/10.29228/TurkishStudies.22855>
- Aydede Yalçın, M. N., & Öztürk, H. İ. (2016). Fen bilimleri öğretmenlerinin “aktif öğrenme” kavramına yönelik algıları. *Turkish Studies*, 11(3), 315-326. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.9096>
- Aydın, E., & Çiğerci, F. M. (2020). Yabancılar Türkçe öğretiminde dijital hikâye anlatımının yaratıcı yazma becerisine ve yazma öz yeterliğine etkisi. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 15(4), 2425-2442. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.41552>
- Ayyıldız, Y. & Arısal, M. (2023). Tarihi gelişimi bağlamında paranın doğasını ve icadını tartışmak. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(3), 1868-1884. <http://dx.doi.org/10.20491/isarder.2023.1685>
- Bakırcı, H., Ercan, G., & Cengiz, E. (2022). Uzaktan eğitim sonrası yapılan yüz yüze eğitim ile ilgili ortaokul öğretmenlerinin görüşleri. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 17(4), 941-957. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.63262>

- Başarır, Ç. & Sarıhan, A.Y. (2017). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlıklarının belirlenmesi: Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 143-162. <http://dx.doi.org/10.11611/yead.330952>
- Başkan, A. (2018). Türkçe öğretmeni adaylarının kelime bilgisi kavramına ilişkin algıları. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 13(19), 297-316. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.13354>
- Biçer, E.B. & Altan, F. (2016). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık ile ilgili tutum ve davranışlarının değerlendirilmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1501-1517.
- Bourdieu, P. (2018). Cultural reproduction and social reproduction. In *Knowledge, education, and cultural change* (pp. 71-112). Routledge.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <http://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chen, H. & Volpe, R.P. (2002). Gender differences in personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 11(3), 289-307. <https://doi.org/10.61190/fsr.v11i3.4739>
- Costa, C. (2013). Socialization and sociability. *Italian Journal of Sociology of Education*, 5(3), 246-269. <https://ijse.padovauniversitypress.it/2013/3/13>
- Çimen Çoşgun, Ü., Karakuş, M., & Lal, İ. (2015). Ortaokul bilişim teknolojileri ve yazılım dersi öğretim programının öğretmen görüşleri doğrultusunda incelenmesi. *Turkish Studies*, 10(3), 461-486. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.8472>
- Danışman, E., Sezer, D. & Gümüş, U.T. (2016). Finansal okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *Kara Harp Okulu Bilim Dergisi*, 26(2), 1-37.
- Derman, A. (2014). Lise öğrencilerinin kimya kavramına yönelik metaforik algıları. *Turkish Studies*, 9(5), 749-776. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.6738>
- Elmas, B. & Yılmaz, H. (2016). Finansal okuryazarlık: Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri üzerine bir çalışma. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(1), 115-140. <https://izlik.org/JA24KM94FH>
- Ergün, B. Şahin, A. & Ergin, E. (2014). Finansal okuryazarlık: İşletme bölümü öğrencileri üzerine bir çalışma, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(34), 847-864.
- Ermış, A. Erilli, N.A. & Ermiş, E. (2025). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık seviyelerinin araştırılması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Turkish Studies - Economics, Finance, Politics*, 20(4), 2215-2231. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.86890>
- Fidan, M., Dilek, S. & Esev, A. (2019). Düünden bugüne paranın tarihi ve Türkiye’de kâğıt para kullanımı. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(18), 141-162. <http://dx.doi.org/10.31834/kilissbd.613107>
- Filiz, H. Ş., & Aydın, M. (2025). Türk vatandaşlığına geçen Suriyelilerin vatandaşlık ve vatandaşlık ile ilgili kavramlara ilişkin bilgi durumlarının incelenmesi. *Turkish Studies*, 20(1), 871-886. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.82244>
- Fisher, I. (1911). *The purchasing power of Money (2nd Ed.)*. Macmillan Co.
- Friedman, M. (1956) The quantity theory of money—A restatement. In: *Studies in the quantity theory of money*, University of Chicago Press, pp. 3-21.

- Genkova, D. (2021). Modeling of the human needs: An economic interpretation of Maslows theory of motivation. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18(26), 253-264. <https://wseas.com/journals/bae/2021/a525107-1063.pdf>
- Göçer, A. (2013). Türkçe öğretmeni adaylarının “kültür dil ilişkisi”ne yönelik metaforik algıları. *Turkish Studies*, 8(9), 253-263. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.5084>
- Gök, R., & Özçetin, S. (2020). Eğitim kurumlarındaki çatışma durumlarının algılanma biçimi ve çalışanların motivasyonuna etkisi. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 15(5), 2651-2669. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.43588>
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kahyaoğlu, M., & Çetin, A. (2015). Eleştirel düşünme becerileri perspektifinden öğretmen adaylarının evrim teorisine yönelik görüşlerinin incelenmesi. *Turkish Studies*, 10(7), 547-560. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.8582>
- Karakuş, E., & Bilgin Aksoy, G. (2021). Türk dili ve edebiyatı öğretmeni adaylarının çocuk ve gençlik edebiyatına yönelik metaforik algıları. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 16(2), 921-933. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.50012>
- Karışan, H., & Memişoğlu, H. (2024). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının demokratik katılıma ilişkin görüşleri. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 19(1), 427-453. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.73935>
- Kaya, M. & Güneş, H. (2019). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin analizi: Bankacılık ve Finans bölümü öğrencileri üzerine bir uygulama. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(28), 295-305. <http://dx.doi.org/10.20875/makusobed.512569>
- Keynes, J.M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. Macmillan.
- Kılıç, Y., Ata, H.A. & Seyrek, İ.E. (2015). Finansal okuryazarlık: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (66), 129-150. <http://dx.doi.org/10.25095/mufad.396535>
- Kocabıyık, T. & Teker, T. (2018). Finansal okuryazarlık: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 117-144. <http://dx.doi.org/10.30692/sisad.440645>
- Kuralay, M. E., & Kayıkçı, K. (2020). İlköğretim kurumlarının finansman sorunu: Veli katkıları ve yöneticilerin katkı sağlama çalışmalarındaki güçlükler. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 15(1), 473-490. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.45926>
- Kurtdede Fidan, N., & Yazıcı, A. (2023). Sosyal bilgiler dersinde Web 2.0 araçları kullanımına ilişkin sınıf öğretmenlerinin görüşleri. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 18(2), 945-965. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.66917>
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. The University of Chicago Press.
- Lee, R.L. (2005). Bauman, liquid modernity and dilemmas of development. *Thesis Eleven*, 83(1), 61-77. <https://doi.org/10.1177/0725513605057137>
- Liang, S. (2021). A corpus-based study on conceptual metaphors in the finance & economics column of the economist. *International Journal of English Language Studies*, 3(8), 14-26. <http://dx.doi.org/10.32996/ijels.2021.3.8.3>
- Lincoln, Y.S. & Guba, E.G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.

- Lusardi, A. & Mitchell, O.S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44. <http://dx.doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics*, 155(1), 1-8. <http://dx.doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>
- Miles, M.B. & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis (2nd Ed.)*. Sage Publications.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. Sage publications.
- Oceno, M. (2025). How social desirability bias impacts the expression of emotions. *Political Science Research and Methods*, 1-10. <https://doi.org/10.1017/psrm.2025.10016>
- Öner, M.H. & Canbaz, M.F. (2024). Finansal okuryazarlık düzeyinin tespiti: Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 24-42. <http://dx.doi.org/10.53443/anadoluibfd.1189739>
- Özenç, E. G., & Dursun, H. (2018). Türkçe öğretimi dersini alan ve almayan sınıf öğretmen adaylarının dersle ilgili beklenti ve önerileri. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 13(27), 1441-1464. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.14084>
- Parasız, M.İ. (2016). *Para teori ve politikası (4. baskı)*. Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods (3rd ed.)*. Sage Publications.
- Pilav, S., & Elkatmış, M. (2012). Öğretmen adaylarının Türkçe kavramına ilişkin metaforları. *Turkish Studies*, 7(4), 1207-1220. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.4635>
- Pilav, S., & Uslu Üstten, A. (2012). Lise öğrencilerinin edebiyatla ilgili algılarının metaforlar yoluyla belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Turkish Studies*, 7(3), 1073-1085. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.4933>
- Qi, J., Zhang, Y., Worthy, S., & Kim, J. (2025). From financial self-efficacy to financial behaviors: the role of financial advice seeking and stress. *International Journal of Bank Marketing*, 43(10), 2166-2184. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2024-0603>
- Sanders, P. (1982). Phenemology: A new way of wieving organizational research. *The Academy of Management Review*, 7(3), 353-360. <http://dx.doi.org/10.2307/257327>
- Schmitt, R. (2005). Systematic metaphor analysis as a method of qualitative research. *The qualitative report*, 10(2), 358-394.
- Silaski, N. & Kilyeni, A. (2011). The Money is a liquid metaphor in economic terminology-A contrastive analysis of English, Serbian and Romanian. *Professional Communication and Translation Studies*, 4(1-2), 63-72. <http://dx.doi.org/10.59168/DWYH9440>
- Simmel, G. (2004). *The philosophy of money*. Edited by David Frisby. Translated by Tom Bottomore and David Frisby. Routledge.
- Sönmez, V. & Alacapınar, F.G. (2011). *Örneklendirilmiş bilimsel araştırma yöntemleri*. Anı Yayıncılık.
- Şamiloğlu, F., Kahraman, Y.E. & Bağcı, H. (2016). Finansal okuryazarlık araştırması: Erciyes Üniversitesi öğrencileri üzerinde bir uygulama. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16, 308-318. <https://izlik.org/JA84DG66GE>
- Şenbayram, E.A. (2019). Finansal okuryazarlık: Harran Üniversitesi Süruç Meslek Yüksekokulu öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(3), 1-21. <https://izlik.org/JA37LW26RC>

- Şimşek, T. (2020). Lise öğrencilerinin para kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. *Sosyolojik Düşün*, 5(1), 49-63. <http://dx.doi.org/10.37991/sosdus.637956>
- Tekin, B. & Dursun, V. (2021). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin tespit edilmesi: Adnan Menderes Üniversitesi İİBF öğrencileri örneği. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), 239-267. <http://dx.doi.org/10.51945/cuiibfd.841560>
- Tetik, N. (2019). Üniversite Öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerinin incelenmesi: İnönü Üniversitesi örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(3), 2755-2774. <http://dx.doi.org/10.33206/mjss.498767>
- Thaler, R.H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. Norton & Company.
- Tosun, M. (2024). Kutsal mekân ziyaretlerinin manevi etkileri: Pisidia Antiokheia örneği. *Turkish Studies: Comparative Religious Studies*, 19(2), 621-644. <https://doi.org/10.7827/TurkishStudies.76500>
- Tuna, G. & Ulu, M.O. (2016). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık düzeylerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi: İşletme bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16, 128-141. <https://izlik.org/JA87AL58AF>
- Tümtürk, S., & Deniz, L. (2021). Yabancı özel okulların örgütsel itibarına ilişkin öğrenci ve öğretmen algıları: Bir olgubilim araştırması. *Turkish Studies: Educational Sciences*, 16(4), 2043-2066. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.51037>
- Twenge, J.M. (2019). More time on technology, less happiness? Associations between digital-media use and psychological well-being. *Current Directions in Psychological Science*, 28(4), 372-379. <https://doi.org/10.1177/0963721419838244>
- Van Manen, M. (2016). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. Routledge.
- Volpe, R.P., Chen, H. & Pavlicko, J.J. (1996). Personal investment literacy among college students: A survey. *Financial Practice And Education*, 6(2), 86-94.
- Yechiam, E. (2019). Acceptable losses: The debatable origins of loss aversion. *Psychological research*, 83(7), 1327-1339. <https://doi.org/10.1007/s00426-018-1013-8>
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayınevi.
- Yıldız Contuk, F. (2018). Üniversite öğrencilerinin finansal okuryazarlık durumunu etkileyen faktörler üzerine bir araştırma: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi örneği. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (77), 115-136. <http://dx.doi.org/10.25095/mufad.401316>
- Yılmaz E. & Aslan, T. (2020), Finansal okuryazarlık ve Siirt Üniversitesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (87), 181-202. <http://dx.doi.org/10.25095/mufad.756280>
- Zelizer, V.A. (1994). *The social meaning of money*. Basic Books.

ETHICAL DECLARATIONS**Research and Publication Ethics**

The author(s) declare that this manuscript is an original work prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The manuscript has not been previously published and is not currently under consideration for publication elsewhere. All sources used in the preparation of this study have been properly cited and referenced. The author(s) confirm that the work contains no plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data. The research findings are presented honestly and transparently in accordance with the principles of academic integrity.

Author Contributions

All authors have significantly contributed to the conception, design, analysis, and preparation of the manuscript. All authors have read and approved the final version of the manuscript and agree to its submission and publication.

Conflict of Interest

The author(s) declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the author(s). Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the author(s).

Copyright and Permissions

The author(s) confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

All authors confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR**Araştırma ve Yayın Etiği**

Yazar(lar), bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan eder. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıf lanmıştır. Yazar(lar), çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipölasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan eder.

Yazar Katkısı

Tüm yazarlar çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin hazırlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuyup onaylamış ve yayımlanmasını kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazar(lar), bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmış olabilir. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri yazar(lar) tarafından dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk yazar(lar)a aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Yazar(lar), telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan eder.

Yazar Onayı

Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuduklarını, onayladıklarını ve yayımlanmasını kabul ettiklerini beyan eder.