



İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
e-ISSN: 2147-6152
Yıl 10, Sayı 25, Ocak 2021


Makale Adı /Article Name

İşletme Programı Metaforları: Kocaeli MYO İşletme Programı Uzaktan Eğitim Öğrencileri Örneği	Business Management Program Metaphors: Kocaeli Vocational School Business Management Program Distance Education Students Case
--	--

Yazarlar

Burcu ÜZÜM

Dr, Kocaeli Meslek Yüksekokulu-İşletme -Kocaeli-Türkiye, burcugokay@gmail.com

 ORCID: 0000-0001-8675-8952

Leyla ŞENOL

*Dr, Ali Rıza Veziroğlu Meslek Yüksekokulu-İşletme-Kocaeli-Türkiye,
senolleyla4@gmail.com*  ORCID:0000-0002-5780-9690

Yayın Bilgisi

Yayın Türü: Araştırma Makalesi

Gönderim Tarihi: 22.04.2020

Kabul Tarihi: 18.01.2021

Yayın Tarihi: 29.01.2021

Sayfa Aralığı: 356-373

Kaynak Gösterme

Üzüm, Burcu; Şenol, Leyla (2021). "İşletme Programı Metaforları: Kocaeli MYO İşletme Programı Uzaktan Eğitim Öğrencileri Örneği", *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, S. 25, s. 356-373.

(Bu makale, yazar beyanına göre, TR DİZİN tarafından öngörülen "ETİK KURUL ONAYI" gerektirmemektedir.)

ÖZ

Bu araştırmada; işletme bölümünde öğrenim gören öğrencilerin öğrenim gördükleri bölüme yönelik algılarını metaforlar yardımıyla keşfetmek amaçlanmıştır. Öğrencilerden “işletme bölümü ... gibidir/-ye benzer, çünkü ...” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Ayrıca öğrencilerin cinsiyet, yaş, anne ve baba eğitim düzeyleri hakkındaki demografik bilgilere ait sorular sorulmuştur. Araştırma Kocaeli Meslek Yüksekokulunda 2018-2019 eğitim-öğretim yılında işletme bölümünde uzaktan eğitim öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Araştırmanın kapsamına kolayda örneklem metoduyla gönüllü olarak katılan öğrenciler alınmıştır. 40 öğrenci üzerinde yapılan araştırma analizinde 32 öğrencinin 29 metafor kullandığı belirlenmiştir. 8 öğrencinin kurduğu cümleler mantıksal bir neden taşımadığından kapsam dışı bırakılmıştır. Nitel araştırma yöntemi benimsenerek verilere içerik analizi uygulanmıştır. Öğrencilerin kullandıkları metaforlar, kariyer geleceği, kendini geliştirme, eğitim imkânı ve eğitimsel zorluk kategorilerinde toplanmıştır. Araştırma sonucuna göre öğrencilerin işletme bölümünde öğrenim görmekten memnun oldukları görülmüştür. İşletme bölümünde öğrenim gören öğrencilerin % 71,6’ sının kariyer geleceği hakkında metafor ürettiği belirlenmiştir. İşletme bölümünün öğrenciler için hayatı kolaylaştıran, iş bulma ve imkânı sağlayan bir bölüm olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Metafor, Nitel Araştırma, İşletme Yönetimi Bölümü, Önlisans Öğrencileri.

ABSTRACT

The aim of this study is to explore the perceptions of students studying in the department of business administration with the help of metaphors. It was asked from students to complete statement that the sentence “the program of business administration is a like...../ because.....”. In addition, students were asked questions about demographic information about gender, age, and parents' education level. The research was conducted on the students studying distance education in the department of business administration in Kocaeli Vocational School in 2018-2019 academic year. The sample of the study was voluntarily participated by the sample method. In the research analysis conducted on 40 students, it was determined that 32 students used 29 metaphors. The sentences formed by 8 students were excluded because they did not have a logical reason. Qualitative research method was adopted and content analysis was applied to the data. The metaphors used by the students were collected in the categories of career future, self-development, educational opportunities and educational difficulties. According to the results of the research, it was seen that the students were pleased to study in the department of business administration. It was determined that 71.6% of students studying in business administration department produced metaphors about their career future. It has been concluded that the department of business administration is a department that makes life easier for students and provides job opportunities.

Keywords: Metaphor, qualitative research, business management department, associate degree students.

Giriş

Metafor; Fransızca’ da métaphore; İngilizce’ de metaphor “simgesel anlatım” anlamında kullanılmaktadır. Yunanca kökeni metaphérō, “değiştirme, taşıma, başkalaştırma” fiilinden gelmekte olup, phérō “taşımak, götürmek” fiilinden meta öneki alarak türetilmiştir. Kelime olarak eski Yunanca metaphorá “transfer”, “retorikte bir kelimeyi temel anlamı dışında kullanma, anlam kaydırması” anlamına gelmektedir (erişim tarihi: 07.07.2019 www.etimolojiturkce.com). Metafor, “retorik etki için doğrudan bir şeyden bahsederek bir şeye atıfta bulunan bir konuşma figürüdür. Metaforlar genellikle antitez, abartma, metonimi ve benzetme gibi diğer figüratif dil türleri ile karşılaştırılır (erişim tarihi: 07.07.2019, <https://en.wikipedia.org/wiki/Metaphor>).

Metafor benzetme, istiare yaparak; bir kelimenin yerine bir başka kelimenin kullanılmasına dayanır (Parın, 2017 s.150). Lakoff & Johnson (2005), metaforu “bir şeyi başka bir şeyin bakış açısıyla anlama ve tecrübe etme, bir fikri insan algılayışının şekli ile ifade etme süreci” olarak tanımaktadırlar. Bir olguya, nesneye ait bir ismin, başka bir olguya, olaya veya nesneye aktarılması (Zhang & Hu, 2009 s. 77); bir ismin kendi anlamı dışında benzetme yapılarak başka bir kavramı açıklamak için kullanılması (Lakoff, 1992) dünyadaki tüm diller tarafından kullanılan günlük konuşmaya has bir özelliktir (Perry, 2011). Metafor, sadece bir dilsel kullanım değil bir düşünceyi aktarma aracıdır. Metaforlar bilinçli ya da bilinç dışı olarak soyut bir kavramı somut bir kavrama dönüştürmek için tüm kültürde kullanılır hatta günlük hayatın bir parçasıdır.

Metaforlar kullanılarak düşünce üretilebilir bu süreç; “metaforik düşünce” denmektedir. Metaforik düşünme ifade edilmek istenen olgu, olay yani soyut bir kavram belirlenir, ardından anlamlandırılmak istenen soyut kavram somut bir kavrama dönüştürülür, bu dönüştürme her iki kavram arasındaki ortak özelliklere dayanır (Tortop, 2013 s. 53; Gün & Şimşek, 2017 s. 366).

Shuell (1990 s. 102); resmin kelime yığınlarından daha çok şey anlatabildiğini, bir metaforun ise bir resmin anlatmaya çalıştığı ifadelerden çok daha fazlasını aktarabildiğini belirtirken, metaforun düşünmeye teşvik eden bir araç olduğunu söylemiştir. Metafor bilinmeyen ya da az bilinen şeyleri, tecrübelerle

yorumlayarak kavramaya çalışmanın, bu anlamlandırmayı aktarmanın bir yoludur. Bireyin dünyayı algılamasını deneyimleri ile harmanlayarak basit bir şekilde sözel olarak ifade etmesine yarayan metafor, aynı zamanda insan zihninin de bir yansımasıdır. Metafor kullanımı, kişinin kimliği hakkında ipuçları verir, düşünsel yeteneği ve deneyimlerini anlamaya yardımcı olur (Parın, 2017 s. 150).

Metafor kavram olarak felsefe (Ayık, 2009), eğitim bilimleri (Zang ve Hu, 2009), turizm (Yıldırım Saçılık vd., 2016; Şahin & Yalım Kaya, 2018), işletme (Sürgevil & Budak, 2010; Doğan & Üngören, 2010; Ertem, 2017), hukuk (Üye, 2013), edebiyat (Parın, 2017), psikoloji (Kararımak & Güloğlu, 2012), örgüt kültürü (Uzun & Tamimi, 2007; Çelik, 2013), muhasebe (Akpınar & Yıldız, 2018) ve sosyoloji (Erarslan, 2011) gibi alanlarda incelenmiştir. Bu açıdan metafor, bilimler ve disiplinler tarafından geniş bir çerçevede ele alınmıştır (Ertem, 2017).

Morgan' a göre (1997) işletmecilikte metaforlar, “örgütlemek ve yönetmek istenilen durumların somut haline gelmesini, anlaşılmasını ve biçimlendirilmesinin alternatiflerin keşfedilmesini amaçlar” (akt. Sürgevil & Budak, 2010). İşletmecilikle ilgili metafor araştırmaları incelendiğinde; işletmeyi dinamik bir süreç ve canlı bir organizma olarak görmekte olan anlayış ile işletme hakkında bilgi edinmeye ve bu bilgilerle sonuca varmaya amaç edinilmesine yardımcı olduğu ifade edilmiştir (Onay & Ergüden, 2012).

Çelikten (2006 s. 270)' e göre; metaforlar sosyal hayatta yer edinmiş, inanç, tutum ve değer yargılarını şekillendiren, örgüt süreçlerinin işleyişini gösteren ve örgütsel davranışın şekillenmesine ışık tutan bir araç görevi üstlenmiştir. Bu nedenle metafor kavramıyla ilgili çalışmaların sayısında artış olduğu görülmüştür.

Metafor yapısı gereği bilişsel gelişmeyi, düşünceleri kelimelerle ifade etmeyi destekleyen bir araçtır. Bu aracın kullanımıyla ilgili yapılacak araştırmaların nitel araştırma olması gerekmektedir. Nitel araştırma bir olayın, olgunun ya da öznenin özünü ortaya çıkarmayı kapsayan araştırma sürecidir. Bu açıdan nitel araştırma, nesne anlamı, kavram, tanım, karakter, metafor, sembol ve tasvirler üzerine yoğunlaşır (Berg & Lune, 2012). Örneğin, nitel araştırma kokunun tanımlanmasına imkan tanır. Araştırılan kavramın insan hayatını nasıl şekillendirdiği ve nasıl anlamlandırıldığının keşfini sağlar. Nitel araştırmada farklı analiz teknikleri

vardır. Bunlardan biri olan içerik analizi; verilerin özelliklerini belirli kodlar kullanarak daha anlaşılır hale getirilmesini sağlar (Dawson, 2015 s. 96). Bu araştırmanın doğasına uygun olarak nitel analiz yöntemlerinden içerik analizi tercih edilmiştir.

Araştırmanın Önemi

İşletme bölümünde öğrenim gören öğrencilerin işletme bölümü hakkındaki düşüncelerini hangi kelimelerle somutlaştırmaya çalıştıklarını belirlemek araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Özellikle de önlisans ve uzaktan eğitim işletme bölümü öğrencilerinin bölümleri hakkında metaforik çalışmalara pek rastlanılmamış olması araştırmanın önemini vurgulamaktadır.

İşletme bölümü metaforlarının tespit edilmesi, öğrencilerin demografik özelliklerinin metaforlar üzerindeki etkisinin belirlenmesi, farkındalık yaratması, kavramların anlamlandırılması yönünden literatürdeki boşluğu dolduracağı ve araştırma sonuçlarının diğer araştırmalara yol gösterici olacağı varsayılmaktadır.

Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Ölçekleri

Araştırmada, öğrencilerin işletme bölümü ile ilgili algılarını ölçmek için onlardan metaforlar üretmeleri istenmiştir. Metaforlara ilişkin verilerin toplanabilmesi için nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir.

Araştırma katılımcılarına işletme bölümü hakkındaki görüşlerini metaforlarla yoluyla çözümleyebilmek için her öğrenciye yarı yapılandırılmış açık uçlu soru sorularak; “işletme bölümü ... gibidir/-ye benzer, çünkü ...” cümlesindeki boşlukları tamamlamaları yönergesi verilmiştir. Öğrencilere ait demografik bilgilerin öğrenilmesine yönelik cinsiyet, yaş, anne ve baba eğitim düzeyleri hakkındaki bilgilere ait sorular da sorulmuştur. Araştırmaya, Kocaeli Meslek Yüksekokulunda 2018-2019 eğitim-öğretim yılında işletme bölümünde uzaktan eğitim öğrenim gören öğrenciler katılmıştır.

Araştırmanın örneklemi kolayda örneklem metodu ile seçilmiş, araştırmaya gönüllü olarak katılan öğrenciler örnekleme dahil edilmiştir. Toplam 40 öğrenci araştırma kapsamına alınmıştır. Neden-sonuç ilişkisi mantıksal bir nedene dayanmayan, boş bırakılan 8 adet kağıt analizden çıkarılmıştır. 32 adet öğrencinin

kullandığı metaforlar incelenmiştir. Daha sonra öğrencilerin ürettikleri metaforlar ortak özellikler doğrultusunda kategorilere ayrılmıştır.

Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri

Öğrencilerin ifadeleri kendi el yazıları ile kayıt altına alınmıştır. Belirlenen ortak özellikler kategorize edildikten sonra uzman görüşü alınmıştır. Uzman görüşü nitel araştırmaların güvenilirliğini ortaya koymak açısından önemlidir. Keza nitel araştırmanın kavramı açıklayabilmesi, araştırmacının tecrübeleri ve yorumlama kabiliyetiyle paralel bir seyir göstermektedir. Nitel araştırmalarda; güvenilirlik şu formülle hesaplanmaktadır (Kodan Çetinkaya, 2014 s.140):

$$\text{Güvenirlik} = \frac{\text{Görüşbirliği}}{\text{Görüş birliği} + \text{Görüşayrılığı}} \times 100$$

Uzman görüşü ile görüş birliğinde olmak araştırmacı ile uzmanın verilere atanan kategorilerde hem fikir olmaları, görüş ayrılığında olmak ise uzman ve araştırmacının verileri farklı kategorilere atamaları ile farklı görüşlerde olmalarıdır. Bu formül doğrultusunda % 94' lük güvenilirlik düzeyine ulaşılmıştır.

Bulgular

Verilerin analiz sonucunda elde edilen bulgular ile demografik değişkenlere ilişkin bilgiler şu şekildedir:

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin frekans ve yüzde değerleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1: Öğrencilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	f	%
Erkek	15	46,9
Kadın	17	53,1
Yaş		
18-27	21	65,6

28-37	5	15,6
38 ve üzeri	6	18,8
Anne eğitim düzeyi		
İlkokul	15	46,9
Ortaokul	5	15,6
Lise	10	31,3
Üniversite	2	6,3
Baba eğitim düzeyi		
İlkokul	10	31,3
Ortaokul	8	25,0
Lise	12	37,5
Üniversite	2	6,3

Araştırmaya katılan öğrencilerin % 46,9' unun erkek, % 53,1' inin kadın olduğu, % 65,6' sının 18-27 yaş aralığında olduğu, % 46,9' unun anne eğitim düzeyinin ilkokul, % 37,5' inin baba eğitim düzeyinin lise olduğu görülmektedir.

Bu araştırmada, öğrencilerin öğrenim gördükleri işletme bölümüne ilişkin algıları metaforlar yoluyla belirlenmeye çalışılmıştır. Toplanan veriler içerik analizi ile çözümlenmiştir. Metaforların ortak özellikleri doğrultusunda kategoriler oluşturulmuştur. 32 öğrenci tarafından gökkuşuğu (1), ekonomi uzmanı olmak (1), keyif (1), hayat (3), yönetici (1), işyeri sahibi olmak (1), besin (1), altın bilezik (1), meslek kursu (1), mekana bağlı olmamak (1), bilgi sahibi olmak (1), işletmeye hakim olmak (1), işletme (1), zorluk (1), fırsat (1), yaşam şartlarında kolaylık (1),

işletmenin sırrını keşfetmek (1), geleceğe yön vermek (1), yeni şeyler öğrenmek (1), kariyer yapmak (1), zorluk çekmek (1), yaşayan kitap (1), benlikle yüzleşmek (1), deneyim kazanmak (1), başarmak (1), kırık bardaktan su içmek (1), üretici olmak (1), gelecek (1), okuma-yazmayı yeniden öğrenmek (1), rol üstlenmek (1) şeklinde 29 metafor üretilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Metaforları ve Metaforlar Kategorileri

Kategoriler	Metaforlar	N	%
Kariyer geleceği	Gökkuşuğu, ekonomi uzmanı, hayat (3), yönetici, işyeri sahibi, besin, altın bilezik, meslek kursu, bilgi sahibi olmak, işletmeye hakim olmak, işletme, fırsat, yaşam şartlarında kolaylık, işletmenin sırrını keşfetmek, geleceğe yön vermek, kariyer yapmak, deneyim kazanmak, başarmak, üretici olmak, gelecek, rol üstlenmek	23	71,9

Kendini geliştirme	Keyif, yaşayan kitap, benlikle yüzleşmek	3	9,4
Eğitim imkanı	Mekana bağlı olmamak, yeni şeyler öğrenmek,	2	6,3
Eğitimsel zorluk	Zorluk, zorluk çekmek, kırık bardaktan su içmek, okumaz yazmayı yeniden öğrenmek	4	12,5
Toplam		32	100

Öğrencilerin işletme bölümüne atfettikleri kavramlar tablo 2’ de gösterilmiştir. Öğrencilerin kullandıkları metaforlar dört kategori altında toplanmıştır. Öğrencilerin en çok metafor ürettiği kategori kariyer geleceği kategorisidir. Ardından kendini geliştirme kategorisi için 3 adet, eğitim imkanı kategorisi için 2 adet metafor üretildiği görülmektedir. Üretilen metaforların toplandığı kategoriler olarak kariyer geleceği, kendini geliştirme, eğitim imkanı kategorileri olumlu yani pozitif algıları yansıtırken, eğitimsel zorluk kategorisi olumsuz yani negatif algıları yansıtmaktadır. Öğrencilerin işletme bölümü hakkında ürettiği 32 metaforun; 28’ i olumlu (% 87,5), 4’ü olumsuz (% 12,5) düşünceleri yansıtmaktadır. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun işletme bölümünde öğrenim görmek hakkındaki düşüncelerinin olumlu olduğunu belirtmek mümkündür.

Öğrencilerden bazılarının kariyer geleceği kategorisi için ifade ettikleri metaforlar şöyledir: Öğrenci (Ö), Kız (K), Erkek (E) olarak kısaltılmıştır. Ö1K, “İşletme bölümünde öğrenim görmek gökkuşuğuna benzer. Çünkü; işletme bölümü

bitirdikten sonra getirileri çok güzeldir; diploma almak, kariyer yapmak gibi bu bölümde okumak hayatımı renklendirip anlam katmaktadır”; Ö5K, “İşletme bölümünde öğrenim görmek yönetici olmak gibidir. Çünkü Aldığım eğitimler sayesinde işletmedeki iş süreçlerinin nedenlerini bilmemi ve doğru bir şekilde işletmeyi yönetmemi sağlar”; Ö7K, “İşletme bölümünde öğrenim görmek besin almak gibidir. Çünkü; yeterli beslenmeyen bir birey gelişemez, gelişmeyen bir bireyde işletme için yeterli ve faydalı olmaz”, Ö9E, “İşletme bölümünde öğrenim görmek meslek kursuna gitmek gibidir. Çünkü; okuduğum bölümün çalışma alanı oldukça genişdir; mezun olduktan sonra iş bulma konusunda sıkıntı çekmeyeceğimi biliyorum”; Ö30E, “İşletme bölümünde öğrenim görmek parlak bir gelecek gibidir. Çünkü; gelecek yaşamın için iş bulma ve hayatımı devam ettirmede bana kolaylık sağlayacaktır”.

Öğrencilerden bazılarının kendini geliştirme kategorisi için ifade ettikleri metaforlar şöyledir: Ö3K, “İşletme bölümünde öğrenim görmek keyif almak gibidir. Çünkü; bu bölümde öğrendiğim bilgilerin bana ve kişiliğime kattığı çok fazla şey var”; Ö24E, “İşletme bölümünde öğrenim görmek benliğimle yüzleşmeye benzer. Çünkü; güçlü yönlerimle zayıf yönlerimi keşfetmeme, zayıf yönlerimi güçlendirmeme yardımcı olur”.

Öğrencilerden bazılarının eğitim imkanı kategorisi için ifade ettikleri metaforlar şöyledir: Ö10E, “İşletme bölümünde öğrenim görmek bir mekana bağlı olmamak gibidir. Çünkü; uzaktan eğitimde okula gitme zorunluluğu yoktur, eğitim alırken günlük yaşantıma devam edebiliyorum”, Ö19K, “İşletme bölümünde öğrenim görmek yeni şeyler öğrenmeye benzer. Çünkü; derslere giren hocaların anlatımları ve örnekleri çok iyidir ve konunun anlaşılması için ellerinden geleni yapıyorlar, bu da yeni şeyler öğrenmeye teşvik ediyor”.

Öğrencilerden bazılarının eğitimsel zorluk kategorisi için ifade ettikleri metaforlar şöyledir: Ö14K, “İşletme bölümünde öğrenim görmek zorluk yaşamak gibidir. Çünkü; uzaktan eğitim olduğundan dersleri takip etmekte güçlük yaşıyorum”, Ö27E, “İşletme bölümünde öğrenim görmek kırık bardaktan su içmek gibidir. Çünkü; ne kadar çalışırsan çalış dersleri geçmek zor oluyor”

Tablo 3: Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Metafor Kategorilerinin Karşılaştırılması

Cinsiyet	Kategoriler				Toplam
	Kariyer geleceği	Kendini geliştirme	Eğitim imkanı	Eğitimsel zorluk	
Erkek	10	1	1	3	15
Kadın	13	2	1	1	17
Toplam	23	3	2	4	32

Öğrencilerin cinsiyetleri ile ürettikleri metaforların kategorileri karşılaştırıldığında; erkek öğrencilerin 10' unun; kız öğrencilerin 13' ünün kariyer geleceği ile ilgili metafor ürettiği görülmektedir. Erkek öğrencilerden 1' i, kız öğrencilerden 2' si kendini geliştirme kategorisi için metafor üretmişlerdir. Eğitim imkanı kategorisi için 3 erkek öğrenci, 1 kız öğrenci metafor üretirken, eğitimsel zorluk kategorisi için 3 erkek, 1 kız öğrenci metafor üretmiştir.

Tablo 4: Öğrencilerin Yaşları ile Metafor Kategorilerinin Karşılaştırılması

Yaş	Kategoriler				Toplam
	Kariyer geleceği	Kendini geliştirme	Eğitim imkanı	Eğitimsel zorluk	
18-27	13	3	2	3	21
28-37	5	0	0	0	5
38 ve üzeri	5	0	0	1	6
Toplam	23	3	2	4	32

Öğrencilerin yaşları ile ürettikleri metaforların kategorileri karşılaştırıldığında; 18-27 yaş grubundaki öğrencilerin 13' ünün kariyer geleceği, 3' ünün kendini geliştirme, 2' sinin eğitim imkanı, 3' ünün eğitimsel zorluk kategorisi için metafor ürettiği görülmektedir. 28-37 yaş grubundaki öğrencilerin 5' inin kariyer geleceği ile ilgili metafor ürettiği, 28-37 yaş grubuna dahil olan öğrencilerin kendini geliştirme, eğitim imkanı ve eğitimsel zorluk kategorisi için metafor üretmediği görülmektedir. 38 ve üzeri yaş grubundaki öğrencilerin 5' inin kariyer geleceği ile ilgili, 1' inin eğitimsel zorluk kategorisi için metafor ürettiği, kendini geliştirme, eğitim imkanı kategorisi için metafor üretmedikleri görülmektedir. 18-27 yaş grubundaki öğrencilerin işletme bölümünde öğrenim görme hakkında ürettikleri metaforlar en fazla kariyer geleceği kategorisinde toplanmıştır. Ayrıca diğer yaş gruplarında olan öğrencilerin de en fazla metafor ürettiği kategori kariyer geleceği kategorisidir.

Tablo 5: Öğrencilerin Anne Eğitim Durumları ile Metafor Kategorilerinin Karşılaştırılması

Anne eğitim durumu	Kategoriler				Toplam
	Kariyer geleceği	Kendini geliştirme	Eğitim imkanı	Eğitimsel zorluk	
İlkokul	9	1	2	3	15
Ortaokul	4	1	0	0	5
Lise	8	1	0	1	10
Üniversite	2	0	0	0	2
Toplam	23	3	2	4	32

Öğrencilerin anne eğitim durumları ile ürettikleri metaforların kategorileri karşılaştırıldığında; annesi ilkökul mezunu durumunda olan öğrencilerin 9' unun

işletme bölümü hakkında kariyer geleceği kategorisi için metafor ürettiği, 1'inin kendini geliştirme kategorisi için metafor ürettiği, 2' sinin eğitim imkanı için metafor ürettiği, 3' ünün eğitimsel zorluk için metafor ürettiği görülmektedir. Anne eğitim düzeyi ortaokul olan öğrencilerin 4' ünün kariyer geleceği, 1' inin kendini geliştirme kategorisi için metafor ürettiği, eğitim imkanı ve eğitimsel zorluk kategorisi için hiç metafor üretmedikleri görülmüştür. Anne eğitim düzeyi lise olan öğrencilerin 8' inin kariyer geleceği, 1' inin kendini geliştirme, 1' inin de eğitimsel zorluk kategorisi için metafor ürettiği, eğitim imkanı kategorisi için metafor üretmediği görülmektedir. Anne eğitim düzeyi üniversite olan öğrencilerin 2' sinin kariyer geleceği kategorisi için metafor ürettikleri, diğer kategoriler için metafor üretmedikleri görülmektedir.

Tablo 6: Öğrencilerin Baba Eğitim Durumları ile Metafor Kategorilerinin Karşılaştırılması

Baba eğitim durumu	Kategoriler				Toplam
	Kariyer geleceği	Kendini geliştirme	Eğitim imkanı	Eğitimsel zorluk	
İlkokul	5	1	2	2	10
Ortaokul	6	1	0	1	8
Lise	10	1	0	1	12
Üniversite	2	0	0	0	2
Toplam	23	3	2	4	32

Öğrencilerin baba eğitim durumları ile ürettikleri metaforların kategorileri karşılaştırıldığında; babası ilkokul mezunu durumunda olan öğrencilerin 5' inin işletme bölümünde öğrenim görmek hakkında kariyer geleceği kategorisi için metafor ürettiği, 1'inin kendini geliştirme kategorisi için metafor ürettiği, 2' sinin eğitim imkanı için metafor ürettiği, 2' sinin eğitimsel zorluk için metafor ürettiği

görülmektedir. Baba eğitim düzeyi ortaokul olan öğrencilerin 6' sının kariyer geleceği, 1' inin kendini geliştirme, 1'inin eğitimsel zorluk kategorisi için metafor ürettiği, eğitim imkanı için hiç metafor üretmedikleri görülmüştür. Baba eğitim düzeyi lise olan öğrencilerin 10'unun kariyer geleceği, 1' inin kendini geliştirme, 1' inin de eğitimsel zorluk kategorisi için metafor ürettiği, eğitim imkanı kategorisi için metafor üretmediği görülmektedir. Baba eğitim düzeyi üniversite olan öğrencilerin 2' sinin kariyer geleceği kategorisi için metafor ürettikleri, diğer kategoriler için metafor üretmedikleri görülmektedir.

Sonuç

Öğrencilerin ürettikleri metaforlar incelendiğinde öğrencilerin işletme bölümünde öğrenim görmek hakkındaki görüşlerinin olumlu olduğunu belirtmek mümkündür. 32 metafordan sadece 4' ü olumsuz bir görüşü ifade etmek için kullanılmıştır. Hışiloğlu ve Özpolat (2018) ise öğrencilerin bölümlerine ilişkin olumlu metaforlar ürettiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin ürettiği metaforlardan % 12,5' i olumsuzluğu ifade eden kategori içerisinde yer almıştır. Benzer bir sonuç Akpınar ve Yıldız (2018), Kurnaz ve Eyceyurt Batır (2019) tarafından bulunmuştur. Onlar çalışmalarında öğrencilerin kullandıkları metaforları hem olumlu hem olumsuz algılarını dışa vurmak için kullandıklarını tespit etmişlerdir. Ayrıca Gözen (2019) tek bir olumsuz metaforla karşılaşmıştır. Bu çalışmada ise olumsuz olarak ifade edilen metaforlar, öğrencilerin uzaktan eğitim programında öğrenim görmesinden dolayı, uzaktan eğitimin getirdiği dezavantajlar, öğrenim görülen yaşla bağlantısı olduğu düşünülmektedir. Cinsiyet bazında üretilen metaforların erkek ve kız öğrenci arasında bir farklılık yaratmadığı belirtilebilir. Metaforlar cinsiyetler bazında dengeli dağılmıştır. Yaş dilimleri incelendiğinde her yaş grubundaki öğrencilerin işletme bölümünde öğrenim görme hakkındaki metaforlarının kariyer geleceği kategorisi içinde yer aldığı görülmektedir. Yaş dilimini düştükçe öğrenci algılarının kendini geliştirme imkanı ve eğitimsel zorluk şeklinde oluştuğunu belirtmek mümkündür.

Ebeveyn eğitim düzeyi öğrencilerin sosyo-ekonomik düzeylerini etkilemektedir, sosyoloji temelli araştırmalarda bu durum ortaya konulmaktadır. Katılımcıların anne eğitim düzeyleri incelendiğinde, eğitim seviyesi düştükçe

öğrencilerin işletme bölümünde eğitim görme hakkındaki metaforlarının kariyer geleceği kategorisi metaforlarını arttığını belirtmek mümkün olmaktadır. Öğrencilerin baba eğitim düzeyleri lise olan öğrencilerin ise en fazla kariyer geleceği kategorisi için metafor ürettikleri görülmektedir. Kariyer ve meslek kesişimine benzer bir sonuç da Akin ve Ay (2019) tarafından elde edilmiştir. İlgili araştırmacıların sonuçlarına göre öğrencilerin muhasebe öğrenmeyi meslek olarak ele aldıkları görülmüştür. Ayrıca öğrencilerin kariyer geleceğine ilişkin ürettikleri metaforlar doğrultusunda öğrencilerin işletme bölümünde öğrenim görmeyi girişimcilikle de bağdaştırdıklarını söylemek mümkündür.

Araştırma sonucuna göre; öğrencilerin işletme bölümünde öğrenim görmekten memnun oldukları, bu bölümünde öğrenim görmenin kariyer yapma, parlak bir kariyer geleceği yakalama imkanı yarattığını düşündüklerini belirtmek mümkündür. Öğrencilerin eğitim imkanı ve eğitimsel zorluk olarak düşüncelerini metaforlaştırma nedeninin uzaktan eğitim olarak öğrenim görmeleri şeklinde yorumlamak mümkündür.

Benzer çalışmalar, farklı bölümde öğrenim gören öğrenciler üzerinde de uygulanabilir. Çok geniş bir perspektif sunan "... benzer/gibidir, çünkü..." cümlesi yerine, hayvan, renk, şekil gibi kavramlar kullanılabilir. İlgili kavramlara yapılan atıfların bu kavramlardaki hangi özelliklerin işletme bölümünde öğrenim görmekle eşleştirildiğini keşfetmeye imkan tanıyacağı düşünülmektedir. Böylelikle eğitim sistemindeki aksaklıklar ve sorunlar tespit edilebilecek ve gerekli düzeltmeler yapılabilecektir. Ayrıca öğrencilerin beklentileri hakkında geniş bir çerçeve sunan veriler elde edilebilecektir.

Kaynaklar

- Akin, H. ve Ay, M. (2019). Öğrencilerin muhasebe öğrenmeye ilişkin algılarının tespitinde metaforik bir yaklaşım. *Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 2 (2), 254-274.
- Akpınar, S. ve Yıldız, Ş. (2018). Muhasebe eğitimi alan öğrencilerin muhasebe algılarına yönelik metaforlar. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (Ocak), 91 - 114.

- Ayık, H. (2009). Düşünceden dile felsefe ve metafor. *Milel ve Nihal İnanç, Kültür ve Mitoloji Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 55- 73.
- Berg, B. & Lune, H. (2012). *Qualitative research methods for the social sciences* (8th Edition). Boston: Pearson.
- Çelik, T. (2013). Bankalarda örgüt kültürünün metaforlarla analizi: Türkiye Halk Bankası örneği. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Çelikten, M. (2006). Kültür ve öğretmen metaforları. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 269-283.
- Dawson, C. (2015). Araştırma yöntemlerine giriş. Çev.(Ed.) A. Arı. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Derman, A. (2014). Lise öğrencilerinin kimya kavramına yönelik metaforik algıları. *Turkish Studies -International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 9(5), 749-776.
- Doğan, H. ve Üngüren, E. (2010). İşletmelerde metafor kavramı ve önemi yöneticilerin stratejik iletişim ve paylaşım araçları olarak metaforlar ve etkin kullanım yolları. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 61-74.
- Erarslan, L. (2011). Sosyolojik metaforlar. *Akademik Bakış Dergisi*, 27, 1-22.
- Ertem, M. (2017). Yönetim ve organizasyon alanında metaforlar, *International Journal of Academic Value Studies*, 3(9), 209-220.
- Gözen, E. (2019). Rekreasyon yönetimi bölümü lisans öğrencilerinin “rekreasyon” kavramına ilişkin metaforik algıları. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 397-416.
- Gün, M. ve Şimşek, R. (2017). Türkçe öğretmenliği öğrencilerinin Türkçe konuşan yabancılara yönelik metaforik algıları. *Route Educational and Social Science Journal*, 4(7), 365-378.
- Haşiloğlu, M. F. ve Özpolat, K. (2019). “Görsel kimlik” ve “marka tasarımı” kavramlarına ilişkin grafik tasarım bölümü öğrencilerinin metaforik algıları. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 29(2), 191-201.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Metaphor>. (erişim tarihi: 07.07.2019).

<https://www.etimolojiturkce.com/kelime/metafor>. (erişim tarihi: 07.07.2019).

Kararımak, Ö. ve Güloğlu, B. (2012). Metafor: danışan ve psikolojik danışman arasındaki köprü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(37), 122-135.

Kodan Çetinkaya, S. (2014). Öğrencilerinin kendi mesleklerine ilişkin algılarının metafor analizi ile incelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 36 (2), 137-150.

Kurnaz, E. ve Eyceyurt Batır, T. (2019). Genel muhasebe dersi hakkında üniversite öğrencilerinin metaforik algıları: Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi örneği. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 21 (3), 829-854.

Lakoff, G. (1992). *The contemporary theory of metaphor*. Andrew Ortony (Ed.) *Metaphor and Thought* (2nd edition). London: Cambridge University Press.

Lakoff, G. & Johnson, M. (2005). *Metaforlar: Hayat, Anlam ve Dil* (Çev: G.Y.Demir), Paradigma, İstanbul.

Onay, M. ve Ergüden, S. (2012). Yeni bir metafor: kurum DNA'sı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 203-212.

Parın, K. (2017). Hayat, Anlam ve Dil. *Söylem*, 2(3), 149-151.

Perry, S. (2011). *Metaphor theory: language's window to the mind*. Presented to the Faculty of San Diego State University Master Thesis.

Shuell, T. J. (1990). Teaching and learning as problem solving. *Theory into Practice*, 29 (2), 102-108.

Sürgevil, O. ve Budak, G.(2010). İşletmecilikte yeni bir metafor: kurum DNA'sı. *TİSK Akademi*.II:68-87.

Şahin, E. ve Yalım Kaya, S. (2018). Yiyecek metaforları üzerine bir literatür incelemesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(59), 1105-1113.

- Tortop, H. S. (2013). Öğretmen adaylarının üniversite hocası hakkındaki metaforları ve bir değerlendirme aracı olarak metafor. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 3(2), 153-160.
- Uzun, Ö. ve Tamimi, Y. (2007). Örgüt kültüründe güç mesafesi boyutunun metaforlarla analizi (tekstil sektöründe faaliyet gösteren bir işletme örneği). *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), +
- Üye, S. (2013). Hukuku harita metaforu ile anlamak. *Ankara Barosu Dergisi*, 1, 151-165.
- Yıldırım Saçılık, M., Çevik, S. ve Özkan, Ç. (2016). Turizm ve otel işletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin “turizm” olgusuna ilişkin metaforik algıları. *Akademik Bakış Dergisi*, 53, 84-103.
- Zhang, F. & Hu, J. (2009). A study of metaphor and its application in language learning and teaching. *International Education Studies*, 2(2), 77-81.