

Üniversite Öğrencilerinin İletişim Kavramına Yönelik Metaforik Algıları¹

University Students' Metaphorical Perception about the Concept of Communication

Sevda KOÇ AKRAN

Siirt Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimler Bölümü, Siirt
e-posta: sevdakc@gmail.com

Merve ACIDEMİR

Siirt Üniversitesi, Sınıf Öğretmenliği Bölümü Öğrencisi

Şevval ULUDAĞ

Siirt Üniversitesi, Sınıf Öğretmenliği Bölümü Öğrencisi

Atf: Koç Akran, S., Acıdemir, M., & Uludağ, Ş. (2018). Üniversite Öğrencilerinin İletişim Kavramına Yönelik Metaforik Algıları. *E-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 69-82.

Gönderi Tarihi: 06-07-2018

Kabul Edilme Tarihi: 30-07-2018

DOI: 10.30900/kafkasegt.441228

Özet

Bu araştırmanın temel amacı, üniversite öğrencilerinin iletişim kavramına yönelik metaforik algılarını belirlemektir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırmanın çalışma grubunu, Siirt Üniversitesinde öğrenim gören İktisadi ve İdari Bilimler, Fen Edebiyat, Eğitim, İlahiyat, Veterinerlik Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Sağlık Yüksekokulu, Yabancı Diller Yüksekokulu ve Mühendislik Fakültesi bölümündeki 340 öğrenci oluşturmaktadır. Verilerin analizinde frekans, yüzde, betimsel ve içerik analiz yöntemi kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların iletişim kavramına yönelik ürettiği oldukları metaforlar sırasıyla en çok "Temel ihtiyaç", "Bilgi kaynağı", "Doğa olayları", "İletişim" "Uzunluk", "Sonsuz olma"; en az ise "Ulaşılmaması gereken yer", "Ahenk içinde olma", "Coğrafya", "Taşıtlar" ve "Kötü"dür.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, İletişim, İletişim Becerileri

Abstract

The main aim of this research is determine university students' metaphorical perception about the concept of communication. The study group of the research in which the qualitative research is used is composed of 340 students attending Siirt University in the department of Economics and Administrative Sciences, Faculty of Arts and Sciences, Faculty of Education, Department of Theology, Veterinary, Medicine, Physical Education and Sports, Siirt School of Health, School of Foreign Languages, Interpreting and Engineering Department. In the analysing of the data, frequency, percentage, descriptive analysis and content analysis method were used. Accordind to results, the participants' metaphors for the concept of communication respectively and the most belong to categories of "Basic need", "Information source", "Nature events", "Communication" "Length", "Being infinite"; at least "Place to be reached", "To be in harmony", "Geography", "Vehicles" and "Bad".

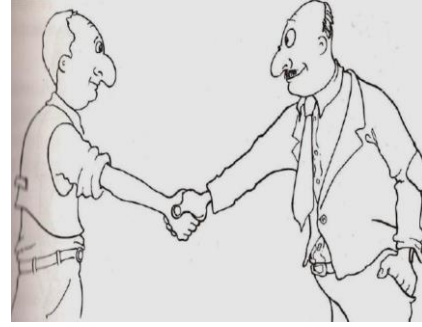
Keywords: Education, Communication, Communication Skills.

GİRİŞ

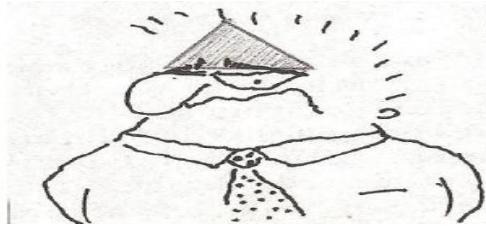
Eğitim, yaşam boyu devam eden, bireyi birçok yönüyle ele alan ve toplumun kalkınmasında önemli rol oynayan uzun bir süreçtir. Eğitim sürecinde bireye yol gösteren ona yardımcı olan ve toplumun önemli bir bireyi olmasını sağlayan kişiler bulunmaktadır. Bunlar aile ve öğretmendir. Aile, çocuğun ilk dünyaya geldiği andan itibaren ona karşı görevleri yerine getirmekle yükümlü olan (Doğan, 2013), bireyin sosyalleşmesi yolunda adımlar atılmasını sağlayan, topluma sağlıklı bireylerin yetiştirilmesinde öncü görevleri olan informal eğitim yuvasıdır. Başka bir deyişle, bireyin beslenmesinden, bir meslek sahibi olmasına, aile kurmasına kadarki süreçte bireyi yalnız bırakmayan bir kurumdur. Bireyin kişiliğinde, ahlaki değerlerin kazandırılmasında rol oynayan toplumun en küçük yapıtaşısıdır (Avşaroğlu, 2011 ve Özkan, 2004). Aile toplumun bu değer ve normlarını birey yoluyla başka toplumlara aktaran/tanıtan köprüdür (Akin ve Aydemir, 2007). Aileye yüklenen bu görevler ve tanımlar tarih boyunca bu şekilde ilerlemiş ve günümüze kadar devam etmiştir. Çünkü birey konuşmayı,

¹ Bu çalışma 26-27 Nisan 2018 tarihinde, Siirt Üniversitesinde düzenlenen I. Sosyal Bilimler Öğrenci Sempozyumunda Sözlü Bildiri Olarak sunulmuştur.

dinlemeyi, değerleri, işbölümü (Baran, 2013) ve toplumda saygın bir birey olmasına sağlayan birçok beceriyi aile ortamında öğrenmektedir. Bireyin bu öğrenme sürecinde öğrendiği en temel becerilerin başında iletişim gelmektedir. İletişim, bireyin duygu ve düşüncelerinin karşıdaki insana aktarılmasıdır (Ergen, 2001). Bireyler arasında kurulan, karşılıklı etkileşimdir. Her bireyin yaşamını devam ettirmesinde yardımcı olan temel bir ihtiyaçtır. Bu sebeple birey, iletişim sürecini iyi bilmeli, ne zaman? nerede? nasıl? davranacağını planlamalı ve davranışlarını ona göre yapılandırmalıdır. İletişim sürecinde bu durum bireyin diğer bireyler üzerindeki etkisini belirlemektedir. Örneğin beden dili iletişimin vazgeçilmez sürecidir. Öğretmenler ve aileler konuşarak bireye birçok bilgi ve beceriyi aktarmaya çalışmaktadır. Fakat bazen birçok kelimenin anlatamadığı ve ya vermek istediği mesajı tek bir beden dili ile bireye aktarabilirsiniz. (Bkz: şekil 1-2-3-4-5).



Şekil 1. Her iki el başın arkasında (Üstünel, 2011). Şekil 2. Kırsal kesimde yaşayan iki kişinin selamlaşması (Üstünel, 2011).



Şekil 3. Resmîyet bakışı (Üstünel, 2011).

Şekil 4. İletişim bakışı (Üstünel, 2011).



Şekil 5. Göz hareketleri ve anlamları (Üstünel, 2011).

İnsanlar beden dili ile iletişime açık katılım gösterirler. Şekil 1’de görüldüğü üzere, iki elini başının arkasına koyan birey, bilginin ve çözümün kendisinde olduğunu, kontrolü sağladığını vurgulamaktadır. Şekil 2’de birey iletişim kurarken, beden dili ile rahatlığın ve karşılıklı samimiyetin olduğunu göstermektedir. Şekil 3’de disiplin, şekil 4’de ise karşıdaki bireyle iletişim kurmak istediği izlenimi verilmektedir. Son olarak şekil 5’de göz hareketleri ve onların ne? anlama geldiği gösterilmektedir. Şekillerde görülen beden dillerinin birçoğunu birey aile ortamında anne, baba ve diğer aile bireylerini model alarak öğrenmektedir. Aile içinde öğrendiği bilgi ve becerilerini birey günlük yaşamda öğretmeniyle, arkadaşlarıyla sürdürmektedir. Burada aile kadar bireye yakın olan, bireyi tanıyan, onun ihtiyaçlarını karşılayan ve formal olarak bireye eğitim veren

öğretmeninde bu sebeple bazı görevleri bulunmaktadır. Çünkü eğitim öğretim ortamı düşünüldüğünde iletişim sürecinin temel öğelerinden birinin öğretmen olduğu görülmektedir. Öğretmenin, insan ilişkilerinde ve iletişimde etkisi göz ardı edilmeyen bir gerçektir. Öğrenme sürecinde iletişimi başlatan kişi diğer bir ifade ile kaynak büyük oranda öğretmendir (Çiftçi ve Taşkaya, 2010; Alper, 2007; Özden, 2003). Öğretmen, topluma ve toplumda yaşayan her bireye ışık tutan, yol gösteren ve rehber olan kişidir. Aynı zamanda bireyin kendisini doğru bir şekilde ifade etmesini sağlayan iletişim kaynağıdır. Bu kaynak, birey için gelecekte olmak ve icra etmek istediği mesleğine olumlu-olumsuz katkılar sağlamaktadır. Yani birey öğretmeninden, ailesinden ve ya yakın çevresindeki birçok bireyden öğrendiği iletişim becerilerini icra edeceği mesleğinde kullanmaktadır. Bu konuda gerek ulusal gerekse uluslararası çalışmalarda (Aksungur, 2018; Ulukan, 2017; Öztemel, 2016; Temiz, 2014; Ün, 2014; Leibowitz, Ramos-Marcuse ve Arsenio, 2002; Balcı ve Yılmaz, 1999; Kloth, Janssen, Kraaimaat ve Brutton 1998) iletişimin bireyin sahip olduğu mesleki becerisine çok önemli katkılar sağladığı vurgulanmaktadır. Çalışmalar çoğunlukta nicel olarak yapılmış ve anket-ölçeklerle iletişim becerileri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Buna karşın hizmet öncesinde bireylerin gelecek mesleklerinde sahip olacakları iletişim becerilerine yönelik çok az nitel çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmada farklı bölümdeki lisans öğrencilerinin iletişim kavramına yönelik algıları metaforik olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

YÖNTEM

Araştırma deseni

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden “olgu bilim” kullanılmıştır. Olgu Bilim; İnsanların yaşadığı çevrede farkında olup derinlemesine bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). İnsanların yaşadığı çevrede birçok problem, tecrübe ve algılarla karşı karşıya gelmektedir. İnsanların bellekleri yaşadığı çevrede bu uyarıcıların hepsini kaydetmemektedir. Olgu bilim insanların farkındalık düzeyinin belirlenmesinde etkili bir yöntemdir.

Çalışma grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Siirt Üniversitesinde öğrenim gören İktisadi ve İdari Bilimler, Fen Edebiyat, Eğitim, İlahiyat, Veterinerlik Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Sağlık Yüksekokulu, Yabancı Diller Yüksekokulu, Mühendislik Fakültesi bölümünde öğrenim gören ve gönüllük esasına göre belirlenen 340 lisans öğrencisi oluşturmaktadır.

Araştırmada, çalışma grubunun “iletişim” kavramına yönelik ürettikleri metaforların *fakülte ve yüksekokula göre dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır.*

Tablo 1.

Üniversite öğrencilerinin iletişim kavramına yönelik ürettiği metaforların fakülte ve yüksekokula göre dağılımı

Bölümler	Kız	Erkek	Toplam
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi	5	4	9
Fen Edebiyat Fakültesi	13	10	23
Eğitim Fakültesi	110	75	185
İlahiyat Fakültesi	16	20	36
Veterinerlik	8	5	13
Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu	7	2	9
Sağlık Yüksekokulu	6	4	10
Yabancı Diller Yüksekokulu	18	6	24
Mühendislik Fakültesi	2	9	11
TOPLAM			320

Veri toplaması

Araştırma verileri, açık uçlu soruların yer aldığı formlar aracılığı ile toplanmıştır. Bu kapsamda araştırmaya katılan öğrencilerin “iletişim” kavramına ilişkin algılarını belirlemek amacıyla açık uçlu bir anket formu hazırlanmıştır. Anket formunda “iletişim..... gibidir; çünkü.....” cümlesini tamamlamaları istenmiştir. Çalışma grubundaki öğrencilere araştırmacılar tarafından yalnızca bir metafor üzerine yoğunlaşmaları ve bu metaforun gerekçeleriyle yazmaları konusunda bilgilendirici açıklamalar yapılmıştır. Araştırmacılar çalışmanın sağlıklı yürüyebilmesi için çalışma grubuna birkaç örnek vermiştir. Çalışma grubunun düşüncelerini aktarması için otuz dakikalık bir süre tanınmıştır. Katılımcılar bu sürenin tamamını kullanmayarak

ilk on dakika içerisinde formu teslim etmişlerdir. İktisadi ve İdari Bilimler, Fen Edebiyat, Eğitim, İlahiyat, Veterinerlik Fakültesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Sağlık Yüksekokulu, Yabancı Diller Yüksekokulu ve Mühendislik Fakültesi bölümünde öğrenim gören 340 lisans öğrencisinin doldurduğu formlar, birer belge ve doküman olarak bu çalışmanın temel veri kaynağını oluşturmaktadır.

Verilerin analizi

Çalışma sonunda elde edilen veriler üzerinden betimsel ve içerik analizi yapılmıştır. Betimsel analizde, veri toplama araçlarından elde edilen veriler önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2003). Yorumlar yapılırken, bu verilerden alıntılar yapılmaktadır. Bu araştırmada da betimsel analiz çerçevesinde verilerin ilk önce ana çerçevesi belirlenmiştir. Burada amaç verilerin hangi? Temalar altında toplanacağına karar vermektir. Verilerin hangi temalar altında düzenleneceği ve sunulacağı belirlendikten sonra, araştırmacılar tarafından daha önce oluşturulan çerçeveye dayalı olarak veriler okunmuş ve düzenlenmiştir. Sonra araştırmacılar, düzenledikleri verileri tanımlamışlardır. Bunun için de doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Doğrudan alıntılar yapılırken öğrencilerin isimleri yerine okudukları bölümlere ilişkin kodlamalar kullanılmıştır (örnek: sağlık yüksekokulu için S_{ağlık4}, S_{ağlık..}; Mühendislik için M_{ühendislik11}, M_{ühendislik...gibi}).

İçerik analizinde temel amaç, toplanan verileri açıklayabilen kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. Bu amaçla toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması daha sonrada ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde organize edilmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaları saptanması gerekmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Araştırmada ulaşılan yirmi kavramsal kategori altında verilen metaforların, söz konusu bir kavramsal kategoriyi temsil edip etmediğini belirlemek amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzmanlara iki liste verilmiş ve birinci listede 133 metaforun alfabetik listeye göre dizilmiş hali, ikinci listede ise yirmi farklı kavramsal kategorinin adlarını ve özellikleri yer almaktadır. Uzmandan bu iki listeyi de kullanarak birinci listedeki örnek metafor listesini, ikinci listedeki yirmi kavramsal kategoriyle eşleştirmişlerdir. Daha sonra, uzmanın yaptığı eşleştirmeler araştırmacıların kendi kategorileriyle karşılaştırılmıştır. Karşılaştırmalarda görüş birliği ve görüş ayrılığı sayıları tespit edilerek araştırmacının güvenilirliği, Miles ve Huberman'ın (1994: 64) formülü "Güvenilirlik= (Görüş Birliği):(Görüş Birliği+Görüş Ayrılığı)x 100" kullanılarak hesaplanmıştır. Nitel çalışmalarda, uzman ve araştırmacı değerlendirmeleri arasındaki uyumun 0.93 ve üzeri olduğu durumlarda istenilen düzeyde bir güvenilirlik sağlanmış olmaktadır (Saban, 2009).

BULGULAR

Bu bölümde elde edilen veriler tablolar halinde verilmiştir.

İletişim kavramına yönelik metaforlar

Araştırmada, 320 metafordan; 42 kişi (Su, Rüzgar, sevgi, damar, tablo, aşk,) 42 kişi (insan, telefon, yağmur, anlaşma, araç, mutluluk, sevgi, düşünce), 36 kişi (göz, çiçek, yol, kuş, anne, dağ, araba, ağaç, yaşam, ayna, alışveriş, doğa), 26 kişi (sosyal medya, yağmur, güven, arkadaş, çocuk, dalga, felsefe, müzik, sevgili, ışık, kalem, bebek, empati), 36 kişi (birey puzzle, bağ, güneş, aile, okyanus, sınav, ulaşım ağı, muhabbet, oyun, kadın, ihtiyaç, gökyüzü, dil, elektrik tel, tebessüm, televizyon, nehir), 9 kişi (ilk konuşma, ömür, sorumluluk, facebook, duygu, anlama) metaforunu üretmiştir. Üretilen metaforlar ve bu metaforların frekansları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2.

Öğrencilerinin iletişim kavramına yönelik ürettikleri metaforların frekans tablosu

Metafor Kodu	Metafor Adı	f	Metafor Kodu	Metafor Adı	f
1.	Su	9	9.	Kuş	3
2.	Rüzgar	8	10.	Anne	3
3.	Sevgi	7	11.	Dağ	3
4.	Kablo	6	12.	Araba	3
5.	Damar	6	13.	Ağaç	3
6.	Aşk	6	14.	Yaşam	3
7.	Oksijen	5	15.	Ayna	3
8.	Hava / Kar	5	16.	Alışveriş	3

Tablo 2. (Devamı)

Metafor Kodu	Metafor Adı	f	Metafor Kodu	Metafor Adı	f
17.	İnsan	4	70.	Doğa	3
18.	Telefon	4	71.	Bebek	2
19.	Yağmur	4	72.	Kalem	2
20.	Araç	4	73.	Işık	2
21.	Mutluluk	4	74.	Sevgili	2
22.	Sevgi	4	75.	Müzik	2
23.	Düşünce	4	76.	Dalga	2
24.	Telefon	4	77.	Anlaşma	2
25.	Göz	3	78.	Çocuk	2
26.	Yol	3	79.	Arkadaş	2
27.	Güven	2	80.	Buluşma	2
28.	Sosyal Medya	2	81.	Mavi	2
29.	Empati	2	82.	Allah	2
30.	Televizyon	2	83.	Duman	2
31.	Tebessüm	2	84.	Yankı	2
33.	Elektrik Teli	2	85.	İp	2
34.	Dil	2	86.	Kumanda	2
35.	Gökyüzü	2	87.	Zincir halkası	2
36.	İhtiyaç	2	88.	Ölçü	2
37.	Kadın	2	89.	Kapı kolu	2
38.	Oyun	2	90.	Yemek	2
39.	Muhabbet	2	91.	Huzur	2
40.	Ulaşım Ağı	2	92.	Motor yağı	2
41.	Sınav	2	93.	Sanat	2
42.	Okyanus	2	94.	Işık	2
43.	Aile	2	95.	Hastalık	2
44.	Güneş	2	96.	Akıl	2
45.	Puzzle	2	97.	Kahvaltı	2
46.	Birey	2	98.	Işınlanma	2
47.	Ömür	2	99.	Karıncı	2
48.	İlk konuşma	2	100.	Ahtapot	2
49.	Sorumluluk	2	101.	Twiter	2
50.	Bahar	2	102.	Toplum	2
51.	Fotosentez	2	103.	Duvar	2
52.	Sembol	2	104.	Facebook	1
52.	Fakülte	2	105.	Duygu	1
54.	Pasta	2	106.	Anlama	1
55.	Sağlık	2	107.	Güvercin	1
56.	Pencere	2	108.	Ekmek	1
57.	Etki	2	109.	Şeytan	1
58.	Eğitim	2	110.	Elektrik	1
59.	Nehir	2	111.	Sigara	1
60.	Bulut	2	112.	Dolaşım sistemi	1
61.	Kule	2	113.	Çikolata	1
62.	Makyaj Bazı	2	114.	Tatlı	1
63.	Demlik	2	115.	Bilgisayar	1
64.	Gülen yüz	2	116.	Nikotin	1
65.	Bağ	2	117.	Serotonin	1
66.	Evlad	2	118.	Gece gündüz	1
67.	Teslis inancı	2	119.	Anahtar	1
68.	Üslup	2	120.	Çeyiz	1
69.	Çizgi film	2	121.	Evren	1

Tablo 2. (Devamı)

Metafor Kodu	Metafor Adı	f	Metafor Kodu	Metafor Adı	f
122.	Limit	1	137.	Fotoğraf	1
123.	Matematik	1	138.	Uyku	1
124.	Köprü	1	139.	Satranç	1
125.	İlişkinin temeli	1	140.	Gıybet	1
126.	Ev	1	141.	Çay	1
127.	Süreklilik	1	142.	Örümcek ağı	1
128.	Uçak hızı	1	143.	Dost	1
129.	Jest-mimik	1	144.	Dua	1
130.	Soba	1	145.	Pilsiz oyuncak	1
131.	Petek	1	146.	Ses telleri	1
132.	İnternet	1	147.	Tren	1
133.	Tanrı	1	148.	Silah	1
134.	Uzay	1	149.	Durak	1
135.	Özlem	1	151.	Google	1
136.	Davul	1	152.	Bayram	1
TOPLAM:320					

İletişim kavramına yönelik üretilen metaforların kategorileri

Çalışma grubundaki öğrencilerin iletişim kavramına yönelik 320 metafor örneği 20 kategori adı altında sınıflandırılmış ve bunlar Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3.

Üniversite öğrencilerinin iletişim kavramına yönelik ürettikleri metaforların kategorileri

Kategori	Metafor	f	Metafor Adedi
1. Temel ihtiyaçlar	Ekmek, su (9), nefes, oksijen (5), uyku (2), tatlı	19	6
2. Doğa olayları	Rüzgar (8), güneş (2), hava (2) dalga (2)	14	4
3. Hayvanlar	Kuş (2), ahtapot, Kelebek (2), güvercin	6	4
4. Bitkiler	Çiçek (3), ağaç (3)	6	2
5. İletişim	Jest-mimik, ses tonu (2), göz teması, işaret dili, sohbet-muhabbet, düşünce, anlaşma(4)	11	7
6. Parlaklık	Petek, soba, ışık, elektrik, ateş	5	5
7. Bilgi kaynağı	Kitap, bilgisayar, telefon (4), pandora kutusu, Google, internet, okul, ev, sosyal medya (2)	14	10
8. Vücudumuz sistemleri	Damarlar (6), dolaşım sistemi	7	2
9. Derinlik	Çukur, deniz, okyanus (2), felsefe	5	4
10. Karşılıklı	Alışveriş (3), ayna (2)	5	2
11. Coğrafya	Gece, gündüz, evren	2	2
12. Duyuşsal boyut	Mutluluk (3), aile(2),Arkadaş (2)	7	3
13. Uzunluk	Kablo (6), telefon şarjı, köprü, yol (2)	10	4
14. Kötü	Şeytan, sigara, silah	3	3
15. Süreklilik sağlaması	Üreme, limit	2	2
16. Bütünleyici	Puzzle/ yapboz (3), edat/bağlaç	4	2
17. Ahenk içinde olması	Müzik	1	1
18. Sonsuz olması	Aşk (6), uzay, ruh	8	3
19. Ulaşılmaması gereken yer	Kilit	1	1
20. Taşıtlar	Araba (2), tren	3	2
TOPLAM:133			TOPLAM:69

Tablo 3’de görüldüğü üzere iletişim kavramına yönelik 20 temel kategori bulunmaktadır. Bu kategoriler aşağıda başlıklar halinde ele alınmış ve kategorilere ilişkin öğrenci görüşlerinde doğrudan alıntılara yer verilmiştir.

Kategori 1: Temel İhtiyaçlar

Bu kategoriye oluşturan 6 metaforu, 19 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “ekmek “,”su “,”nefes“, “ oksijen “,”uyku “ve “ tatlı “dır. Bu kategoriye oluşturan katılımcıların ifadeleri şu şekildedir.

- “İletişim **ekmeğe** benzer; Çünkü iletişim gibi olmazsa olmaz .” (S_{ağlık1})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü girdiği bardağın şeklini alır, iletişimde kişide şekil alır.”(Y_{Dil3})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü insan susuzda iletişimsizde yaşayamaz.” (M_{ühendislik3})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü düşüncelerde su gibi akar bazen durgun bazen şiddetlidir.”(F_{Edebiyat5})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü iletişimde su gibi yaşama sebebidir.” (Y_{Dil8})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü su ve iletişim insanların vazgeçilmezidir.” (E_{ğitim55})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü su ve iletişim hayatın olmazsa olmazıdır.”(E_{ğitim5})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü ne susuz ne de iletişimsiz yaşayabilir.” (F_{Edebiyat15})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü su aktıkça yolunu bulur, iletişimde yapılırsa huzur verir.” (E_{ğitim87})
“İletişim **suya** benzer; Çünkü susuz hayat uzun sürmez iletişimsiz de öyle.” (İ_{Idari 1})
“İletişim **oksijene** benzer; Çünkü oksijen olmadan ve iletişim olmadan insan bir hiç.” (E_{ğitim115})
“İletişim **oksijene** benzer; Çünkü oksijen gibi iletişimde şarttır.” (S_{ağlık4})
“İletişim **oksijene** benzer; Çünkü oksijen olmadan insan nefes alamaz iletişimsiz de insanlar yaşayamaz.” (E_{ğitim118})
“İletişim **oksijene** benzer; Çünkü iletişimde insan hayatı için şarttır.” (E_{ğitim123})
“İletişim **oksijene** benzer; Çünkü hem iletişim hem oksijen olmazsa olmazdır.” (İ_{Ilahiyat21})
“İletişim **uykuya** benzer; Çünkü sadece uyuyunca hayata anlam verebiliyorum.” (E_{ğitim135})
“İletişim **uykuya** benzer; Çünkü huzur veriyor.” (V_{ternerlik1})
“İletişim **tatlıya** benzer; Çünkü onun gibi bağımlılık yapıyor.” (E_{ğitim145})
“İletişim **nefese** benzer; Çünkü nefes gibi onu alıp yeri geldiğinde bırakmalıyız.” (B_{den5})

Kategori 2 : Doğa Olayları

Bu kategoriye oluşturan 4 metaforu 14 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “rüzgar”, “güneş”, “hava” ve “dalga”dır. Bu kategoriye oluşturan katılımcı ifadeleri şu şekildedir.

- “ İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü elle tutulmaz ama hissedersin.” (S_{ağlık8})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü her yerde varlığını hissettirir.” (V_{ternerlik10})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü her yere ulaşır. “(Y_{Dil20})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü her zaman hissederiz. “(E_{ğitim19})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü her yere esip ulaşır. “(İ_{Ilahiyat25})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü her yere eser. “ (F_{Edebiyat21})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü görmesek bile var olduğunu biliriz. “(B_{den9})
“İletişim **rüzgara** benzer; Çünkü her yere bizimle gelir. “(M_{ühendislik11})
“İletişim **güneşe** benzer; Çünkü fazlası yakar az oldu mu soğutur. (Böt1)
“İletişim **güneşe** benzer; Çünkü hayatımıza sıcaklık aydınlık kazandırır. “(S_{ağlık5})
“İletişim **havaya** benzer; Çünkü havada iletişim gibi her yerde var.” (İ_{Idari6})
“İletişim **havaya** benzer; Çünkü iletişimde hava gibi görülmez ama vardır. “(E_{ğitim116})
“İletişim **dalgaya** benzer; Çünkü onun gibi bazen durgun bazen serttir. “(F_{Edebiyat23})
“İletişim **dalgaya** benzer; Çünkü dalgada etkileyicidir. “(E_{ğitim184})

Kategori 3: Hayvanlar

Bu kategoriye oluşturan 4 metaforu 6 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “kuş“, “kelebek“, “ahtapot” ve “güvercin”dir. Bu kategoriye oluşturan katılımcı ifadeleri şu şekildedir.

- “İletişim **kuşa** benzer; Çünkü kuşta sürekli öter bir şeyler anlatır. “(E_{ğitim10})
“İletişim **kuşa** benzer; Çünkü iletişimde kuş gibi her yere ulaşır. “(V_{ternerlik6})
“İletişim **ahtapota** benzer; Çünkü iletişim gibi bir sürü kolu vardır. “(V_{ternerlik8})
“İletişim **güvercine** benzer; Çünkü istediği yere uçar ve ulaşır. “(E_{ğitim88})

- “İletişim kelebeğe benzer; Çünkü onun gibi narin ve güzeldir.” (S_{ağlık3})
“İletişim kelebeğe benzer; Çünkü iletişim gibi kanatları var.” (F_{Edebiyat11})

Kategori 4: Bitkiler

Bu kategoriye oluşturan 2 metaforu 6 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “ağaç” ve ”çiçek”dir. Bu kategoriye oluşturan katılımcı ifadeleri aşağıda verilmiştir.

- “İletişim ağaca benzer; Çünkü iletişiminde ağaç gibi birden fazla kolu vardır.” (Y_{Dil18})
“İletişim ağaca benzer; Çünkü ağaca su verirse meyve verir, insanla iletişime geçerse dönüt alırız.” (V_{ternerlik12})
“İletişim ağaca benzer; Çünkü her kolunda iletişim gibi kaynak bulundurur.” (İ_{lahiyat7})
“İletişim çiçeğe benzer; Çünkü insana huzur verir.” (B_{den3})
“İletişim çiçeğe benzer; Çünkü yavaş yavaş açılır ve keşfedersin.” (S_{ağlık1})
“İletişim çiçeğe benzer; Çünkü topladıkça mutlu olursun iletişime geçince de mutlu olursun.” (E_{gitim178})

Kategori 5: İletişim

Bu kategoriye oluşturan 7 metaforu 9 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Jest-mimik”, “sohbet -muhabbet”, “ses tonu”, “göz teması”, “işaret dili”, “düşünce” ve ”anlaşma”dır. Bu kategoriye oluşturan katılımcı ifadeleri aşağıda verilmiştir.

- “İletişim jest mimiklere benzer; Çünkü dilden sonra kendimizi en iyi ifade ettiğimiz şekildedir.” (E_{gitim14})
“İletişim ses tonuna benzer; Çünkü insani iletişimde ilk etkileyendir.” (S_{ağlık6})
“İletişim göz temasına benzer; Çünkü iletişimde en etkilenilen.” (M_{ühendislik7})
“İletişim işaret diline benzer; Çünkü sözle olmasa da iletişimi sağlama şeklidir.” (Y_{Dil20})
“İletişim ses tonuna benzer; Çünkü ruh halini ifade eder.” (F_{Edebiyat21})
“İletişim anlaşmaya benzer; Çünkü karşılıklı bir alışveriştir.” (B_{den9})
“İletişim anlaşmaya benzer; Çünkü anlaşmış kişiyi iletişim kurarsın.” (E_{gitim15})
“İletişim düşünceye benzer; Çünkü kendi düşüncelerini karşındakine ne anlatıp, karşındakinin de sana anlatmasıdır.” (İ_{darı7})
“İletişim sohbet-muhabbete benzer; Çünkü karşılıklı yapılan bir etkileşim vardır.” (V_{ternerlik13})

Kategori 6: Parlaklık

Bu kategoriye oluşturan 5 metaforu 5 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Petek”, ”Soba”, “Işık”, “Elektrik” ve “Ateş”dir. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim peteğe benzer; çünkü etrafa sıcaklık verir.” (E_{gitim12})
“İletişim sobaya benzer; Çünkü etrafına ısı verir.” (M_{ühendislik4})
“İletişim ışığa benzer; Çünkü aydınlatır her yeri.” (B_{den6})
“İletişim elektrige benzer; Çünkü herkesi kendine çeker.” (İ_{lahiyat2})
“İletişim ateşe benzer çok yakın olursa yanarsın çok uzak olursa üşürsün.” (V_{ternerlik8})

Kategori 7: Bilgi Kaynağı

Bu kategoriye oluşturan 10 metaforu 14 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Kitap”, “Bilgisayar”, “Telefon”, “Pandora kutusu”, “Google”, “İnternet”, “Ev”, “Okul”, “Facebook” ve ”Sosyal medya”dır. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim kitaba benzer; Çünkü her kitapta insana kazandırılacak bilgiler vardır.” (E_{gitim37})
“İletişim bilgisayara benzer; Çünkü içinde bir sürü bilgi var.” (E_{gitim41})
“İletişim telefona benzer; Çünkü her yere ulaşır.” (İ_{lahiyat23})
“İletişim telefona benzer; Çünkü içinde her bilgi vardır.” (İ_{lahiyat30})
“İletişim telefona benzer; Çünkü çoğu iletişimin en önemli kaynağı telefondur.” (M_{ühendislik5})
“İletişim telefona benzer; Çünkü içindeki bilgilere bazen ulaşması kolay bazen de zordur.” (M_{ühendislik7})
“İletişim Pandora kutusuna benzer; Çünkü içinden ne çıkacağı belli değildir.”
“İletişim Google benzer; Çünkü içinde her türlü bilgi var derine indikçe bilgilere ulaşırsın.” (M_{ühendislik8})
“İletişim internete benzer; Çünkü kısa bir süreliğine girmek istersen saatlerce içinden çıkamazsın.” (B_{den8})
“İletişim eve benzer; çünkü ilk iletişim ailede başlar.” (İ_{darı5})
“İletişim okula benzer; Çünkü iletişimin etkili olmasını sağlayan en önemli yer okuldur.” (V_{ternerlik9})
“İletişim Facebook a benzer; Çünkü Facebook olmazsa iletişimin bir parçası eksilir.” (Y_{Dil12})
“İletişim sosyal medyaya benzer; Çünkü genel olarak iletişim sosyal medya ile sağlanıyor.” (S_{ağlık10})
“İletişim sosyal medyaya benzer; Çünkü iletişimin yapı taşıdır.” (F_{Edebiyat19})

Kategori 8: Vücudumuzun Sistemleri

Bu kategoriye oluşturan 2 metaforu 7 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Damarlar” ve “Dolaşım sistemi”dir. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **damara** benzer; Çünkü bütün damarlar iletişim gibi birbiri ile bağlantılıdır.” (S_{ağlık7})
“İletişim **damara** benzer; Çünkü vücudumuzdan bir parçadır ve her zaman bizimledir.” (V_{temerlik8})
“İletişim **damara** benzer; Çünkü iletişim gibi her yerimizi sarmış vaziyette.” (S_{ağlık4})
“İletişim **damara** benzer; Çünkü damarlarda iletişim gibi her yere uzanır.” (B_{den7})
“İletişim **damara** benzer; Çünkü damarlar gibi bir yere ulaşmada aracıdır.” (E_{gıtım174})
“İletişim **damara** benzer; Çünkü iletişim gibi damarlarda birbirine bağlı şekildedir.” (F_{Edebiyat2})
“İletişim **dolaşım sistemine** benzer; Çünkü her an her yerde bizimledir iletişimimizi sağlar.” (M_{ühendislik6})

Kategori 9: Derinlik

Bu kategoriye oluşturan 4 metaforu 5 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Çukur”, “Deniz”, “Okyanus” ve “Felsefe”dir. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **çukura** benzer; Çünkü çukur gibi bir derinliği vardır.” (M_{ühendislik2})
“İletişim **denize** benzer; Çünkü deniz kadar içinde bilgi vardır.” (F_{Edebiyat19})
“İletişim **okyanusa** benzer; Çünkü okyanus kadar derindir.” (E_{gıtı181})
“İletişim **okyanusa** benzer; Çünkü derine indikçe bir şeyler keşfedersin.” (E_{gıtım183})
“İletişim **felsefeye** benzer; Çünkü içeriği derin ve herkes ulaşamaz.” (F_{Edebiyat20})

Kategori 10: Karşılıklı

Bu kategoriye oluşturan 2 metaforu 5 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Alışveriş” ve “Ayna”dır. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **alışverişe** benzer; Çünkü iletişim iki kişi ile karşılıklı olur.” (S_{ağlık8})
“İletişim **alışverişe** benzer; Çünkü çoğu kişiye haz verir.” (E_{gıtım116})
“İletişim **alışverişe** benzer; Çünkü karşılıklı bilgi, düşünce olur.” (Y_{Dil20})
“İletişim **aynaya** benzer; Çünkü karşıdaki ile ne şekilde iletişime geçersen o şekilde sana yansır.”
“İletişim **aynaya** benzer; Çünkü her insanın iletişimi kendisini yansıtır.” (İ_{lahiyat25})

Kategori 11: Coğrafya

Bu kategoriye oluşturan 2 metaforu 2 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Gece-gündüz” ve “Evren”dir. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **gece-gündüze** benzer; Çünkü gece gündüzü tamamlar dilde iletişimi tamamlar.” (E_{gıtım165})
“İletişim **evrene** benzer; Çünkü hem iletişimin hem de evrenin belli bir düzeni vardır.” (F_{Edebiyat9})

Kategori 12: Duyuşsal Boyut

Bu kategoriye oluşturan 3 metaforu 7 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Mutluluk”, “Aile” ve “Arkadaş”dır. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **mutluluğa** benzer; Çünkü mutlu olunca nasıl huzurlu oluyorsan iletişim kurunca da öyle huzurlu olursun.” (F_{Edebiyat11})
“İletişim **mutluluğa** benzer; Çünkü iletişim karşılıklı olunca mutlu olunur.” (E_{gıtım3})
“İletişim **mutluluğa** benzer; Çünkü doğru iletişim kurunca mutlu olabiliriz.” (S_{ağlık1})
“İletişim **aileye** benzer; Çünkü ailede iletişim gibi yokluğu hissedilir.” (İ_{lahiyat2})
“İletişim **aileye** benzer; Çünkü bazen yanında olmasa bile varlığını bilmen yetiyor.” (B_{den7})
“İletişim **arkadaşa** benzer; Çünkü bazen gerekli bazen gereksiz.” (V_{temerlik11})
“İletişim **arkadaşa** benzer; Çünkü var olunca bırakırsın olmayınca sıkılırsın.” (E_{gıtım18})

Kategori 13: Uzunluk

Bu kategoriye oluşturan 4 metaforu 10 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Kablo”, “Telefon şarjı”, “Köprü” ve “Yol”dur. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **kabloya** benzer; Çünkü oda iletişim gibi etkileşimi sağlar.” (V_{temerlik5})
“İletişim **kabloya** benzer; Çünkü aradaki bağlantıyı sağlar.” (F_{Edebiyat8})
“İletişim **kabloya** benzer; Çünkü kablo gibi her yere uzanır.” (İ_{ldari9})
“İletişim **kabloya** benzer; Çünkü iki uçlu ve aracı olduğu için.” (S_{ağlık5})
“İletişim **kabloya** benzer; Çünkü sürekli etkileşim sağlar.” (Y_{Dil10})
“İletişim **kabloya** benzer; Çünkü iletişim gibi kabloda iletişim aracına enerji verir.” (M_{ühendislik3})

- “İletişim **telefon şarjına** benzer; Çünkü telefona enerji verir.” (M_{ühendislik8})
“İletişim **köprüye** benzer; Çünkü birbirleri arasındaki bağlantıyı kurar.” (E_{ğitim11})
“İletişim **yola** benzer; Çünkü yol çalışması varsa yolculuk iyi geçer.” (E_{ğitim150})
“İletişim **yola** benzer; Çünkü yol hiç bitmez.” (E_{ğitim176})

Kategori 14: Kötü

Bu kategoriye oluşturan 3 metaforu 3 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Şeytan”, “Sigara” ve “Silah”dır. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **sigaraya** benzer; Çünkü bağımlılık yapıyor.” (S_{ağlık3})
“İletişim **şeytana** benzer; Çünkü insanın aklını çeliyor ve iletişim araçlarından vazgeçmez hale geliyorsunuz.” (B_{den7})
“İletişim **silaha** benzer; Çünkü bazen senin hayatını kaybetmene sebep olabiliyor.” (E_{ğitim14}).

Kategori 15: Süreklilik Sağlaması

Bu kategoriye oluşturan 2 metaforu 2 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “üreme” , “limit”dir. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **üremeye** benzer; Çünkü sürekli artar çoğalır.” (S_{ağlık8})
“İletişim **limite** benzer; Çünkü limit gibi süreklilik sağlar.” (V_{ternelik5})

Kategori 16: Bütünleyici

Bu kategoriye oluşturan 2 metaforu 4 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Yapboz – puzzle” ve “Edat – Bağlaç”dır. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **yapboza** benzer; Çünkü bir araya gelmedikçe bir anlam ifade etmez.” (F_{Edebiyat5})
“İletişim **yapboza** benzer; Çünkü bir parçası eksik olduğunda iletişim de eksik kalır.” (İ_{daris})
“İletişim **yapboza** benzer; Çünkü bir bütün oluşturmak için parçalara ihtiyaç vardır.” (M_{ühendislik9})
“İletişim **edat-bağlaca** benzer; Çünkü cümleye girmedikçe anlam kazanmaz.” (E_{ğitim18})

Kategori 17: Ahenk İçinde Olması

Bu kategoriye oluşturan 1 metaforu 1 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “ müzik”dir. Bu kategoriye oluşturan ifade şu şekildedir.

- “İletişim **müziğe** benzer; Çünkü müzik gibi iletişim de söylemek istediklerine, duygularına tercüme olur.” (E_{ğitim98}).

Kategori 18: Sonsuz Olması

Bu kategoriye oluşturan 3 metaforu 8 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Aşk” , “Uzay” ve ”Ruh”dur. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **aşka** benzer; Çünkü hem aşk hem iletişim sonsuzdur.” (F_{Edebiyat9})
“İletişim **aşka** benzer; Çünkü ilerledikçe bağlanırsın kopamaz hale gelirsin.” (V_{ternelik4})
“İletişim **aşka** benzer; Çünkü sevdiğinle daha çok iletişim olur.” (S_{ağlık7})
“İletişim **aşka** benzer; Çünkü iletişim kurarken en mutlu olduğumuz andır.” (Y_{Dil2})
“İletişim **aşka** benzer; Çünkü ilk aşkın temelini iletişim oluşturur.” (E_{ğitim16})
“İletişim **aşka** benzer; Çünkü aşk olmazsa İnsanlar agresif olur iletişim eksik kalır.” (M_{ühendislik6})
“İletişim **uzaya** benzer; Çünkü hem uzay hem iletişim sonsuzdur.”
“İletişim **ruha** benzer; Çünkü derin ve edebiler.” (İ_{lahiyat19})

Kategori 19: Ulaşılmaması Gereken Yerleri Açma

Bu kategoriye oluşturan 1 metaforu 1 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Kilit” dir. Bu kategoriye oluşturan ifade şu şekildedir.

- “İletişim **kilide** benzer; Çünkü doğru iletişim sağlıklı bir biçimde anlaşmayı sağlar. (E_{ğitim6})

Kategori 20: Taşıtlar

Bu kategoriye oluşturan 2 metafor 3 öğrenci üretmiştir. Bunlar; “Araba” ve ”Tren”dir. Bu kategoriye oluşturan ifadeler şu şekildedir.

- “İletişim **arabaya** benzer; Çünkü arabada iletişim gibi bir ihtiyaçtır.” (E_{ğitim17})
“İletişim **arabaya** benzer; Çünkü bir şeye ulaşmak için aracı olur.” (İ_{daris})
“İletişim **trene** benzer; Çünkü her vagon bir iletişim aracı gibidir.” (M_{ühendislik6})

SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırmada öğrenciler, iletişimi en fazla “temel ihtiyaca, doğa olaylara, uzunluğa, sonsuzluğa; en az ise ulaşılmaması gereken yere, coğrafyaya ve taşıtlara benzetmektedir. Üniversite öğrencilerine göre, iletişim günlük ihtiyaçları karşılamada bir gereksinim olmakta ve yaşamın devamlılığı için büyük önem teşkil etmektedir. Bireyler iletişim yoluyla duygu ve düşüncelerini yaşadığı topluma aktarmaktadır. Birey için bu bir temel ihtiyaçtır. Maslow (1954)’a göre bireyin temel ihtiyaçlarının karşılanması, bireye psikolojik, sosyolojik, fizyolojik vs. yararlar sağlamaktadır. Beşikten mezara bu ihtiyaçlar karşılanırken, bütün süreçte birey çevresiyle etkileşim ve iletişim içerisinde bulunmaktadır (Topaloğlu, 2013; Dökmen, 2011; Tanrıku, 2009). Mesela kaygılı, stresli, kendisini güvende hissetmeyen ve ya saygı ve sevgi beklentisi içerisinde olan bireyler başka bireylerin desteğine ve yardımına ihtiyaç duymaktadır. Birey bu ihtiyacı iletişim kanalları ile gerçekleştirmektedir. Bunlar, kaynak, mesaj, kanal, alıcı ve geribildirimdir. Birey için kaynak bazen bir aile üyesi bazen öğretmen bazen de akran grubu olabilmektedir. Kaynak birey için iletişimi başlatan, duygu ve düşünceleri mesajlar yoluyla alıcıya ileten kişilerdir. Eğitim sisteminde kaynak daha çok öğretmen olmaktadır. Öğretmenin bilgi, becerisi, kullandığı sözcükler, jest-mimikler vs. birey için birer kaynak niteliğindedir (Gökçe, 1998; Eren, 1998; Gürgen, 1997). Tabii kaynağın bu bilgileri alıcıya ulaştırması beklenir. Bunu da mesaj yoluyla gerçekleştirmektedir. Mesaj, kaynaktan aldığı iletileri alıcıya aktarma yoludur. Bu mesajlar bireye aktarılırken yazılı, sözlü, sözsüz birçok kanal kullanılmaktadır (Gökçe, 1998). Kanallar yoluyla gelen iletiler/uyarıcılar alıcıya ulaştırılmaktadır. Tutar ve Yılmaz (2008)’a göre alıcı, mesaj içeren işaretleri algılar, onları belleğinde anlamlı hale getirerek kodlar, daha sonra iletişim sürecini sonlandırır ve ya kendisi bir ileti göndererek kaynak rolüne geçer ve iletişimi devam ettirir. İletişim süreci, gönderilen mesaj, alıcının onu algılaması ile son bulmamaktadır. İletişimde kurulan bütün bu sürecin verimli geçip geçmediği hakkında bildirimler sağlanmalıdır. Başka bir deyişle, kaynak, mesaj, kanal, alıcı arasında kurulan bağla ilgili etkiler, tepkiler hakkında bilgi verilmelidir. Bu iletişimin sürekliliği için önemlidir. İletişimin temel amacı da Eyicil ve Can’ın (1999) belirttiği gibi, bireyler arasında karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmasını sağlamaktır. Bireyler arasında kurulan karşılıklı iletişim bireylerin birbirlerini tanımalarına, anlamasına ve yaşadığı dünyayı keşfetmesine yardımcı olacaktır. Farklı şeyleri keşfeden birey, yaşadığı dünyadan mutluluk duyacak ve haz alacaktır. Mutluluk duygusuyla iletişim, birey için yaşadığı coğrafya, kültür, bazen sürekli etkileşimde olduğu bir nesne, bazen birey için öğretmenin öğrencisiyle-veliyle, doktorun hastasıyla, işçinin işverenle vs. kurduğu bağ olarak tanımlanacaktır. Çünkü bireyler sevdikleri ya da sevmedikleri olayları, duyguları ve düşünceleri yakın çevresindeki nesnelere, durumlara benzetmektedir. Bilişsel yapılarındaki bu nesnelere duygu ve düşünceleriyle ilişkilendirmektedir. Gördükleri, duydukları, etkileşimde buldukları her şeyi iletişimle açıklamaktadır.

Öneriler

- Öğretmen adaylarının iletişim becerilerinin mesleki becerilerine katkıları farklı bölümler dikkate alınarak araştırılabilir.
- İletişim becerilerin akademik başarılarına katkılarına ilişkin nitel ve nicel çalışmalar yapılabilir.
- İletişim becerilerin hangi üst düzey becerilere etki ettiğine ilişkin farklı sınıf seviyeleri/yaş dikkate alınarak araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Alper, D. (2007). *Psikolojik danışmanlar ve sınıf öğretmenlerinin duygusal zeka düzeyleri-iletişim ve empati becerilerinin karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Akın, M. & Aydemir, M. (2007). Üniversitede okuyan kız öğrencilerin cinsiyet rolü tutumları bağlamında aile ve evlilik kurumlarına bakışları. *Selçuk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Edebiyat Dergisi*, 18, 43-60.
- Aksungur, G. (2018). *Türkçe öğretmenlerinin sınıf içi etkili iletişim becerileri algılarının incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ahi Evran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırşehir.
- Avşaroğlu, S. (2011). Aile içi ilişkiler ve iletişim. (Editör: Alim Kaya). *Kişilerarası ilişkiler ve etkili iletişim* İstanbul: Pegem Akademi Yayınları.
- Balcı, S. & Yılmaz, M. (1999). Çocukları anaokuluna devam eden annelere verilen iletişim becerileri eğitiminin ailenin işlevlerine etkisi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, II (14).
- Baran, A. (2013). Genç ve gençlik: *Sosyolojik Bakış. Gençlik Araştırmaları Dergisi*, ISSN: 2147-847

- Çiftçi, S. & Taşkaya, S. M. (2010). Sınıf öğretmeni adaylarının öz yeterlilik ve iletişim becerileri arasındaki ilişki. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(3), 921-928.
- Doğan, C. (2013). *Ailede iletişim sanatı*. İstanbul: Kalbi Kitaplar
- Dökmen, Ü. (2011). *Sanatta ve günlük yaşamda iletişim çatışmaları ve empati*. (45.basım). İstanbul: Remzi Kitabevi:
- Eren, E. (1998). *Yönetim ve organizasyon* (4.Baskı). İstanbul:Beta Yayınları.
- Ergen, H. (Ocak, 2001). *Öğretmenlerin toplumsal konumları ve rolleri*. (Online). <http://www.yunus.hacettepe.edu.tr/hergen/edusos/ogretmen_rolleri.htm. (Erişim Tarihi, 10.04.2018).
- Eyicil, A & Can, N. (1999). *İnsan ilişkileri*. (4. Basım) Ankara: Gün Yayıncılık.
- Gökçe, O. (1998). *İletişim bilimine giriş*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Gürgen, H. (1997). *Örgütlerde iletişim kalitesi*. İstanbul: Der Yayınları.
- Kloth, S., Janssen, P., Kraaimaat, F.& Brutten, G.J. (1998). Communicative styles of mothers interacting with their preschool-age children: a factor analytic study. *Journal of Child Language*, 25 (1), 149-168.
- Leibowitz, J., Ramos-Marcuse, F. & Arsenio, W. F. (2002). Parent-child emotion communication, attachment and affective narratives. *Attachment & Human Development*, 4 (1), 55-67.
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper & Row, Publishers.
- Miles, M. B.,&Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded source book*. London, United States of America: SAGE.
- Özden, Y. (2003). *Öğrenme ve öğretme*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Özkan, Z. (2004). *NLP teknikleriyle aile içi iletişim*. Hayat Yayıncılık: İstanbul.
- Öztemel, Z. (2016). *Halkla ilişkiler faaliyetlerinde yeni iletişim teknolojilerinin kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri üzerine bir araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Tanrıkulu B (2009). İnsan kaynakları yönetiminin etkinliğinde iletişimin rolü. *Çağın Polisi Dergisi*, www.caginpolisi.com.tr (Erişim tarihi,4.04.2018).
- Temiz, G. (2014). *Anne çocuk iletişim becerileri eğitiminin çocukların duyguları tanıma ve ifade etme becerilerine etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Topaloğlu, T. (2013). *Maslow'un gereksinimler hiyerarşisi kuramı*. Erişim: [<http://www.e-motivasyon.net/Maslow-un-Gereksinimler-Hiyerarşisi-KuramıHierarchy-of-Needs.html>]. Erişim Tarihi: 14.10.2013.
- Tutar, H. ve Yılmaz, M. K. (2008). *Genel iletişim kavramlar ve modeller*. (6. Basım) Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2).
- Ulukan, H. (2017). *Yönetim tarzlarının beden eğitimi ve spor yüksekokullarındaki informal iletişim kanallarına etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Üstünel, G. (2011). *Etkili iletişim becerileri ve beden dili*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Ün, A. (2014). *Sağlık kurumlarında yönetici ve diğer sağlık personeli arasındaki iletişim sorunları (Tire Devlet Hastanesinde bir uygulama)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yıldırım, A.& Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

University Students' Metaphorical Perception about the Concept of Communication

Sevda KOÇ AKRAN
Siirt University, Siirt/TÜRKİYE
e-posta: sevdakc@gmail.com

Merve ACIDEMİR
Siirt University, Siirt/TÜRKİYE

Şevval ULUDAĞ
Siirt University, Siirt/TÜRKİYE

Citation: Koç Akran, S., Acidemir, M., & Uludağ, Ş. (2018). University Students' Metaphorical Perception about the Concept of Communication. *E-Kafkas Journal of Educational Research*, 5(2), 69-82.

Extended Summary

Purpose

The main aim of this research is determine university students' metaphorical perception about the concept of communication.

Method

The study group of the research in which the qualitative research is used is composed of 340 students attending Siirt University in the department of Economics and Administrative Sciences, Faculty of Arts and Sciences, Faculty of Education, Department of Theology, Veterinary, Medicine, Physical Education and Sports, Siirt School of Health, School of Foreign Languages, Interpreting and Engineering Department.

In this research "phenomenology" is used as one of the qualitative research methods. Phenomenology focuses on the phenomena that people are aware of them in the surrounding environment but they do not have a deep understanding of them. There are many problems, experiences and perceptions in the environment that people live in. People's memories do not record all of these stimuli in the environment they live. Phenomenology is an effective method in determining people's level of awareness.

Research data have been collected through forms in which open-ended questions are included. Research data have been collected from the students who have participated in this research in the department of Economics and Administrative Sciences, Faculty of Arts and Sciences, Faculty of Education, Department of Theology, Veterinary, Medicine, Physical Education and Sports, Siirt School of Health, School of Foreign Languages, Interpreting and Engineering Department. An open-ended form was prepared to determine the perceptions of the students who participated in the research on the concept of "communication". They are asked to complete the sentence of "Communication is like... because...". Two ways are applied to carry out the research reliably and to increase its validity. These are allowing 15 minutes each student participating in the study and giving a similar metaphor example to each student in the study group.

Content analysis is done on the data obtained at the end of the study. The main aim in content analysis is to reach concepts and relationships that can explain the collected data. Data collected for this purpose are need to be conceptualized firstly, and then organized in a logical way according to the emerging concepts and accordingly to identify the themes describing the data.

During the analysis and interpretation of the data, there are two different stages that the study group has developed.

- A. Coding and Sorting
- B. Compiling example metaphor
- C. Developing categories
- D. Ensuring validity and reliability
- E. Transferring data to computer environment

In order to determine whether metaphors given under the twenty conceptual categories reached in the research represent a particular conceptual category expert opinion is consulted. Experts are given two lists and the first list contains 133 metaphors arranged in alphabetical order and the second list contains names and characteristics of twenty different conceptual categories. The experts have matched example metaphor list in the

first list with twenty conceptual categories in the second list using these two lists. Then, the matches made by the expert have been compared with the researchers' own categories. In the comparisons, the number of consensus and difference of opinions were determined and the reliability of the research is calculated using Miles ve Huberman's (1994: 64) formula "Reliability=(Consensus):(Consensus+ difference of opinions)x100". In qualitative studies, when the harmony between expert and researcher ratings is 0.93 and above reliability at the desired level is ensured. (Saban, 2009).

Conclusion and Discussion

The results obtained in the study, the participants' metaphors for the concept of communication respectively and the most belong to categories of "Basic need", "Information source", "Nature events", "Communication" "Length", "Being infinite". The categories represented least are "Place to be reached", "To be in harmony", "Geography", "Vehicles" and "Bad". Perceptions about the concept of communication skills of university students are given below.

According to university students in the "basic need" category, it is seen that participants state that communication is a necessity to meet daily needs and the greatest condition for the continuity of life. The reason why communication is chosen as the basic necessity of our lives is communication is the most important tool in conveying emotion, thought, news, and information among people.

- When examining the metaphor statements that constitute the "information source" category, participants state that information source for the concept of communication is means of communication and all information is available in these means and that it requires to have the ability to use communication tools to reach knowledge. Why communication is chosen as the "source of information" is that sources of communication are needed to communicate.
- In the "Length" category, it is seen that participants state that communication is everywhere and connected to everything and the communication may also be incomplete when the connection is broken.
- In the "infinite" category, it is seen that participants state that the concept of communication has depth and it is literary.
- Metaphors examples used least in the study; in the category represented by the least metaphor, metaphor produced by 1 student is "in harmony" category. It is seen that communication is stated as spiritual.
- Metaphor produced by 3 students is seen to be stated as communication causes addiction and dissuasion in the "bad" category.
- In general, according to the results obtained in the research, while Siirt University education faculty students produce metaphors about communication as "Basic need" and "Infinite", students of theology faculty do it as "Length" and "Basic need". Science and literature faculty students produce metaphors about communication as "Bad" and "Geography". Health Academy students produce metaphors about communication as "The place to be reached" and "Nature events".