



Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Van Yüzüncü Yıl University
The Journal of Social Sciences Institute
Yıl / Year: 2021 - Sayı / Issue: 51
Sayfa/Page: 325-350
ISSN: 1302-6879



Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Çocuk Kavramına İlişkin Metaforik Algıları* Metaphoric Perceptions of Recreation Department Students About Child Concept

• Duygu Diğdem SİLİK*
Cemal Ersin SİLİK**
Filiz Özlem ÇETİNKAYA***

* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa,
Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi, Temel
Eğitim Bölümü, İstanbul/Türkiye.
Res. Asist., İstanbul University-Cerrahpaşa,
Faculty of Education, Department of Primary
Education, İstanbul / Turkey.
d.didemunal@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4833-3993

**Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
Bölümü, Ankara / Türkiye. Dr., Ankara Hacı
Bayram Veli University, Faculty of Tourism,
Department of Tourism Management,
Ankara / Turkey.
cemal.silik@hbv.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8662-4188

***Dr., Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi,
Çiçekdağı Meslek Yüksekokulu, Büro
Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü,
Kırşehir / Türkiye.
Dr., Kırşehir Ahi Evran University, Çiçekdağı
Vocational School, Department of Office
Services and Secretariat, Kırşehir/ Turkey.
filyozum@gmail.com
ORCID: 0000-0002-2509-8011

Makale Bilgisi | Article Information

Makale Türü / Article Type:

Araştırma Makalesi/ Research Article

Geliş Tarihi / Date Received: 19/05/2020

Kabul Tarihi / Date Accepted: 03/11/2020

Yayın Tarihi / Date Published: 31/03/2021

Atrf: Silik, D. D., Silik, C. E., & Çetinkaya, F. Ö. (2021). Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Çocuk Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 51, 325-350

Citation: Silik, D. D., Silik, C. E., & Çetinkaya, F. Ö. (2021). Metaphoric Perceptions of Recreation Departments Students About Child Concept, *Van Yüzüncü Yıl University the Journal of Social Sciences Institute*, 51, 325-350

Öz

Ailelerin turistik ürün satın alma sürecinde, çocukların önemli bir etkisi bulunmaktadır. Çocuklar, bir işletme veya destinasyonun tercih edilmesinde önemli bir faktör olabilmektedir. Dolayısıyla, turizm eğitimi alan öğrencilerin çocuklar ile ilgili algıları da önem arz etmektedir. Öğrencilerin sektörde çalışmaları ile birlikte, çocuklar ile etkileşim kurmaları gerekecek ve bu süreç hizmet kalitesini etkileyebilecektir. Bu çerçevede araştırmanın temel amacı, rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarının metaforlar yoluyla incelenmesidir. Araştırmanın çalışma grubunu, rekreasyon bölümünde öğrenim gören ve gönüllü olarak katılım sağlayan 150 öğrenci oluşturmaktadır. Nitel verilerin elde edilmesi için bir veri toplama aracı oluşturulmuştur. Oluşturulan veri toplama aracında "çocuk gibidir. Çünkü" ifadesinin doldurulması istenilmiştir. Toplanan veriler, içerik analizi kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Elde edilen metaforlar, ortak özellikleri bakımından incelenerek 20 kategori altında toplanmıştır. Araştırmanın bulgularına göre en çok metaforun üretildiği kategoriler sırasıyla “eğitimden etkilenebilir olma, muhtaç olma, yönlendirilebilir ve işlenebilir olma” kategorileridir. En çok üretilen metaforlar ise çiçek, ağaç/yaş ağaç ve fidan olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Rekreasyon, rekreasyon yönetimi, çocuk, metafor.

* Bu çalışmada, veriler 2020 yılından önce derlendiği için etik kurul raporu gerekmemektedir.

Abstract

Children have an important influence in the process of purchasing touristic products for families. Children can be an important factor in choosing a business or a destination. Therefore, perceptions of students receiving tourism education about children are also important. Students will have to interact with children with their work in the industry, and this process may affect service quality. In this context, the main purpose of the research is to examine the perceptions of the students of the recreation department about the concept of “child” through metaphors. The study group of the research consists of 150 students studying in the recreation department and voluntarily participating. A data collection tool has been created to obtain qualitative data. In data collection tool created, “child is like, because.....” statement has been request. The collected data were analyzed using content analysis. A phenomenology pattern was used as a qualitative research method in the research. The metaphors obtained were analyzed in terms of their common characteristics and collected under 20 categories. According to the findings of the research, the categories where the most metaphors are created are “being influenced by education, being in need, being able to be directed and processed”. The most created metaphors were flowers, trees/wet trees and saplings.

Keywords: Recreation, recreation management, child, metaphor.

Giriş

Ülkeler için turizm sektörünün önemi her geçen yıl artarak devam etmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayınlamış olduğu turizm istatistikleri incelendiğinde, 2019 yılının sürdürülebilir büyümenin art arda gerçekleştiği onuncu yıl olduğu ifade edilmektedir. Bununla birlikte, uluslararası seyahat eden turist sayısı da bir önceki yıla kıyasla % 3,8 büyüme göstererek 1,5 milyar kişiye ulaşmıştır (UNWTO, 2020). Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm sektöründen elde edilecek ekonomik fayda ülke ekonomisi için önem arz etmektedir.

Turizm sektörünün ülkeler genelinde gelişim gösterebilmesi için sosyal, kültürel, politik, psikolojik ve ekonomik birçok faktör etkili olabilmektedir. Turizm sektörünün gelişiminde etkili olan en önemli faktörlerden birisi de eğitimidir. Sektörde rekabet üstünlüğü sağlamak, kaliteyi arttırmak, çalışan ile turist etkileşimini yüksek düzeyde tutabilmek, turizm ürününü yönetmek ve pazarlayabilmek için turizm eğitimi birçok ülkede önemli bir noktadadır (Zagonari, 2009: 2). Turizm sektörü için eğitilmiş (kalifiye) personellerin yetişmesi beraberinde sektörde kaliteli bir hizmetin sunulmasını da sağlayacaktır. Hizmet kalitesinin yüksek olması müşteri memnuniyeti ve sadakat oluşturacaktır. Sadakat ise, tekrar ziyaret etme niyetini tetikleyecektir.

Dolayısıyla, turizm sektörü içerisindeki her bir bileşenin birbirini tamamladığı ifade edilebilir.

Turizm sektöründeki en önemli aktörlerden birisi de turizm işletmelerinde çalışan personellerdir. Turizm işletmelerine kalifiye personel ihtiyacını sağlayacak olan ise eğitim kurumlarıdır. Eğitim kurumları içerisinde de özellikle yükseköğretim alanında Turizm Fakülteleri ve meslek yüksekokulları önemli bir yer tutmaktadır. Turizm işletmelerinde, misafirler ile etkileşimin yoğun olduğu bölümlerden birisi de animasyon hizmetleridir. Oteller çerçevesinde bir değerlendirme yapıldığında, rekreasyon yönetimi bölümündeki öğrencilerin animasyon (Dalkılıç ve Mil, 2017) ve serbest zaman etkinliklerine yönelik turizm işletmelerinde istihdam gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu kapsamda, istihdam edilen öğrencilerin en yoğun etkileşimde oldukları misafirlerin başında, çocuklu ailelerin olduğu misafirler gelmektedir. Çocuklu ailelerin otel ve destinasyon tercihlerinde, çocukların en önemli tercih etkenlerinden birisi olduğu düşünüldüğünde (Aymanıuy ve Ceylan, 2013; Öztürk vd., 2018), otel personelinin çocuklara yaklaşımı da önem kazanmaktadır. Dolayısıyla çalışmada, rekreasyon yönetimi öğrencilerinin çocuk kavramına ilişkin algılarının belirlenmesi gerek teorik gerekse de pratik katkı sağlayabilecektir. Rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerine yönelik yapılan farklı konularda çalışmalar (Yaşartürk vd., 2018; Gözen, 2019), çocuk kavramı ile turizm sektörünü ilişkilendiren çalışmalar (Carr, 2018; İçöz, 2018) olmasına rağmen rekreasyon bölümü öğrencileri ile çocuk kavramını ilişkilendiren herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır.

İçöz (2018), çocuklar için turizm konusunu, turizm araştırmaları için stratejik olarak önemli ve uyarıcı bir çalışma alanı olarak değerlendirmektedir. Çocuklar açısından ise turizm deneyimi, onların eğlence ve hoş vakit geçirme olanaklarının yanında bilgi edinme ve öğrenme sürecini içermekte (İçöz, 2018), tatil sürecinde çocuklarla daha fazla etkileşim içinde olan kişilerin bu durumun farkında olmaları ise büyük önem taşımaktadır. Bu noktada rekreasyon bölümü öğrencilerinin, çocukların otel deneyimlerini büyük oranda etkileyecek kişiler olmaları; iş yaşamına katıldıklarında çocuklarla en çok vakit geçirecek departmanlardan birisinde çalışacak olmaları sebebiyle çocuk kavramına yönelik algılarının incelenmesi önemlidir. Aynı zamanda algı, tutum ve davranışların yakından ilişkili olduğu bilinmektedir. Kişilerin algıları öncelikle bir tutuma dönüşmekte daha sonrasında ise tutuma uygun davranışlar gösterebilmektedir (Özdevecioğlu, 2003). Kişilerin çocuklara karşı sahip olduğu olumlu tutumlar, davranışlarını olumlu yönde, olumsuz tutumlar ise davranışlarını olumsuz yönde

etkileyebilecektir. Dolayısıyla, rekreasyon bölümü öğrencilerinin çocuklara karşı olumlu bir tutum içerisinde olmaları, iş yaşamlarında da etkili olacağı için önem kazanmaktadır.

Gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı; rekreasyon öğrencilerinin çocuklar hakkındaki algılarının metaforlar yoluyla incelenmesidir. Ayrıca Turizm Fakültesi bünyesindeki rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinin çocuk kavramına ilişkin algıları ile Spor Bilimleri Fakültesi bünyesindeki rekreasyon bölümü öğrencilerinin çocuk kavramına ilişkin algılarının da karşılaştırılarak bu ikisi arasındaki farklılıklar değerlendirilmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Rekreasyon, Latince yenilenme, yeniden yapılanma anlamına gelen *recreatio* kelimesinden gelmektedir. Kelimenin Türkçe karşılığı da genellikle serbest zamanları değerlendirme olarak kullanılmaktadır. Rekreasyon, serbest zamanı olan insanların gerçekleştirebilecekleri etkinlikler ile ilgilidir. Serbest zaman ise, insanların çalışma saatleri dışındaki zamanları tanımlamaktadır (Karaküçük, 1997: 21). Rekreasyon kavramı, Türk Dil Kurumu tarafından “*İnsanların boş zamanlarında, eğlence ve spor amacı ile gönüllü olarak katıldıkları etkinlikler*” olarak değerlendirilmektedir (TDK, 2020). Hazar (2009: 29)’a göre ise rekreasyon, insanların kısıtlı yaşam süresinin zorunluluk gerektiren davranışları dışında, gönüllü olarak katılım sağladıkları ve doyumla ulaştıkları etkinlikler olarak değerlendirilmektedir.

Rekreasyon kapsamında, serbest zamanlarda yapılan etkinlikler, müzikal uğraşlar, sportif etkinlikler, oyunlar, sanatsal etkinlikler, doğa etkinlikleri, sosyal ve kültürel etkinlikler gibi birçok faaliyet alanı değerlendirilmektedir. Bu etkinliklerin, ortam değişikliği gerçekleştirilerek yapılması gerekliliği bulunmaktadır. Dolayısıyla bu süreç, birbirini tamamlayan ve birlikte ele alınması gereken rekreasyon ve turizm kavramlarını ortaya çıkarmaktadır (Orel ve Yavuz, 2003). Turizm kavramı içerisinde ise turizm işletmeleri ve turistik destinasyonlar önemli bir yer tutmaktadır. Turizm işletmeleri özelinde değerlendirme yapıldığında, özellikle çocuklu ailelerin satın alma karar süreçlerinde yaşanan değişimler ayrı bir inceleme konusunu oluşturmaktadır. Çocuk kavramı ile birlikte oteller ve sunulan hizmetler farklılaşmaktadır. Rekreasyon ve çocuk kavramlarının bir arada kullanılması özellikle çocuk dostu otellerin önemini ortaya koymaktadır. Çocuk dostu oteller, çocuk oyun alanı, mini kulüp, çocuk su parkının yanında bakıcı hizmeti, eğitilmiş gözetmenler gibi hizmetler de sunan ve ailelerin çocuklarıyla tatil yapabilmeleri için gerekli olan tüm tedbirleri alan oteller olarak ifade edilmektedir. Ailelerin tüketici

olarak satın alma karar sürecinde ebeveynler etkinken, artık aile yapısında ve tüketim alışkanlıklarındaki değişim ile birlikte çocuklar etkin rol oynamaktadır (Tuna vd., 2019). Bu gelişmeler, turizm işletmelerinin hizmetlerini iyileştirmeleri noktasında yol gösterici olabilmektedir.

Turizm işletmelerinde, yüksek hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti sağlamada personellerin etkisi oldukça fazladır. Personeller, aynı zamanda turizm işletmeleri için bir iç müşteri olarak değerlendirilmektedir. Turizm işletmelerindeki personel davranışlarının müşteriler üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Bu nedenle sektörün kalifiye personel ihtiyacı fazlaca hissedilmektedir. Bu noktada, en önemli görevlerden birisi de eğitim kurumlarına düşmektedir. Türkiye’deki eğitim kurumları incelendiğinde, bazı mesleki ve teknik liselerin, yüksekokulların, meslek yüksekokullarının ve fakültelerin bünyesinde turizm bölümlerinin yer aldığı görülmektedir. Bu bölümlerden bir tanesi de rekreasyon bölümüdür. Türkiye’de rekreasyona yönelik ilk eğitim, Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokullarında (BESYO) vermeye başlanmıştır. Beden Eğitimi ve Spor Yüksekokulları bünyesinde rekreasyon bölümlerinin açılmasına 2000 yılında yapılan Yükseköğretim Kurumu toplantısında karar verilmiştir (Zorba, 2007).

Rekreasyon eğitiminin turizm alanında vermeye başlanması ise Turizm Fakültelerinin açılması süreciyle birlikte olmuştur. Turizm Fakülteleri, 2009 yılında Mesleki ve Teknik Eğitim Fakültelerinin kapatılması sonucunda kurulmuş ve bünyesinde Rekreasyon Yönetimi bölümleri açılmaya başlanmıştır (Kızanlıklılı, 2014: 50). 2009 yılından itibaren rekreasyon yönetimi bölümü turizm fakültelerinin bünyesine hızla girmeye başlamıştır. Üniversite aday öğrencilerin de rekreasyon yönetimi bölümüne talepleri yüksek olmuştur. Örneğin, 2017 yılı önlisans programlarında boş kalan kontenjanların yaklaşık % 47’si “YGS-6” puan türüyle öğrenci kabul eden “Turizm ve Otel İşletmeciliği” ve “Sağlık Turizmi İşletmeciliği” bölümlerinde yaşanmıştır. Fakat işletmecilik bölümlerinin dışında kalan “Turizm Animasyonu”, “Aşçılık” gibi bölümlere yönelik yapılan başvuruların sayısı yüksek olmuştur. Ayrıca 2017 yılı yüksekokul programları kapsamında, üniversite aday öğrencilerin turizmde yer alan “Rekreasyon Yönetimi” bölümündeki kontenjanları doldurduğu görülmektedir (Yayla vd., 2017). Elde edilen sonuçlar, rekreasyon yönetimi bölümüne yönelik, turizm fakültesinde eğitim almak isteyen öğrencilerin yoğun talep gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Literatür İncelemesi

Ailelerin turistik ürün satın alma sürecinde, çocukların etkisinin olduğuna yönelik birtakım çalışmalar (Aymankey ve Ceylan, 2013; Karadağ, 2010; Canosa ve Graham, 2016; İçöz, 2018; Wu vd., 2019) literatürde yer almaktadır. Aileler, tatil tercihlerinde bulunurken çocukları ön planda tutabilmekte ve çocuklar için uygun işletme ve destinasyonlar tercih sebebi olabilmektedir. Tuna vd. (2019) tarafından yapılan çalışmada, çocuk dostu otellerin ön plana çıkması, çocuklu ailelerin özellikle çocuk dostu otelleri tercih etmesi ve ailelerin tatil tercihlerinin merkezinde “çocuk” faktörünün bulunması konunun araştırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ortaya çıkan bu sonuç İçöz (2018) tarafından yapılan çalışmada da desteklenmektedir.

Poria ve Timothy (2014) tarafından yapılan çalışmada ise, turizm araştırmalarında “çocuk” kavramının yeri incelenmiştir. Çalışmada, turizm literatüründeki çocukların seyahatleri ve özellikle de kendi bakış açılarına dayanan turist deneyimleri arasındaki kritik boşluk tartışılmıştır. Çocuklar üzerinde yapılan çalışmaların azlığı, çocukların seslerinin duyurulması gerekliliği, çocukların deneyimlerinin ortaya çıkarılması gerekliliği ele alınmıştır. Wu vd. (2017) tarafından yapılan çalışmada ise, dünyanın en kalabalık ülkesi olan Çin’de çocukların aile turizmi hakkındaki görüşlerine odaklanan ilk çalışmalardan birisi yapılmıştır.

Turizm sektörü açısından ele alındığında ise, çocuklar ile en fazla etkileşimde olan departmanlardan birisinin (eğer otelde mevcut ise) animasyon departmanı olduğu söylenebilir. Animasyon departmanı için de özellikle fakültelerin rekreasyon bölümü öğrencileri ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle, rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin alguları, sağlıklı bir etkileşim açısından önem kazanmaktadır. Bu kapsamda yapılan literatür taraması sonucunda, rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarının metaforik incelenmesine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bununla birlikte literatürde, rekreasyon bölümü öğrencilerinin mesleklerine (Akgül vd., 2017), rekreatif faaliyet kavramına (Hızıroğlu ve Uslu, 2017) ilişkin algılarının metaforik yaklaşım ile incelendiği çalışmalar bulunmaktadır.

Rekreasyon öğrencilerinin, mesleklerine yönelik algılarına ilişkin Akgül vd. (2017) tarafından yapılan metaforik çalışmada, spor bilimleri fakültesinin 4. sınıfında öğrenim gören 35 rekreasyon öğrencisine yönelik algılar belirlenmeye çalışılmıştır. İçerik analizi tekniği ile yapılan çözümleme sonucunda, rekreasyon öğrencilerinin mesleklerine ilişkin 5 kategoride incelenen 32 adet metafor kullandıkları belirlenmiştir. Çalışma sonucunda, rekreasyon

öğrencilerinin mesleklerine yönelik en çok kullandıkları metafor “liderlik yönü” kategorisinde toplanmıştır. Bu kategoriye sırasıyla “çok yönlülük”, “önem”, “mutluluk” ve “yaratıcılık” metaforları izlemiştir.

Hızıroğlu ve Uslu (2017) tarafından üniversite öğrencilerinin “rekreatif faaliyet” kavramına ilişkin metaforik algılarının incelendiği başka bir çalışmada ise öğrenciler, rekreatif faaliyet kavramına ilişkin 64 adet geçerli metafor üretmiştir. Bu metaforlar, rekreatif faaliyet kavramına ilişkin 6 farklı kavramsal kategori altında toplanmıştır. Elde edilen sonuçlar, üniversite öğrencilerinin rekreatif faaliyet kavramını sırasıyla; “fiziksel aktivite”, “sanatsal aktivite”, “sevgi ifadesi”, “duygusal haz veren aktivite” ve “sağlıklı olmak” kavramları olarak algıladıklarını ortaya koymaktadır.

Gözen (2019) tarafından, rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinin “rekreasyon” kavramına ilişkin metaforik algılarının incelendiği çalışmada, öğrencilerin rekreasyon kavramına ilişkin 44 adet metafor kullandıkları belirlenmiştir. Elde edilen metaforlar, 7 kategori altında toplanmıştır. Çalışma sonucunda, rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinin, rekreasyon kavramına yönelik kullandıkları metaforların sırasıyla “eğlence”, “çeşitlilik/yenilik”, “yaşam”, “temel ihtiyaç”, “rahatlama/dinlenme”, “spor” ve “gereksiz” kategorilerinde toplandıkları tespit edilmiştir.

Rekreasyon bölümü öğrencilerinin serbest zaman motivasyonları (özellikle almış oldukları eğitimler nedeniyle) Aran (2014) tarafından açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışma sonuçları incelendiğinde, rekreasyon bölümünde öğrenim gören erkek öğrencilerin bayan öğrencilere kıyasla daha yüksek motivasyona sahip oldukları belirlenmiştir. Bununla birlikte, öğrencilerin haftalık etkinliklere katılımlarının ve serbest zaman etkinlikleri için harcama tutarlarının motivasyona göre farklılık göstermediği sonucuna varılmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Modeli

Araştırmanın temel amacı, rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarının metaforlar yoluyla belirlenmesidir. Ayrıca üretilen metaforlar, bölüm değişkenine (turizm fakültesinde yer alan rekreasyon yönetimi bölümü ile spor bilimleri fakültesinde yer alan rekreasyon bölümü) göre de ayrıca değerlendirilmiştir.

Çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Olgubilim farkında olunan fakat ayrıntılı ve derinlemesine bir anlayışa sahip olunmayan durumlarda

kullanılan bir desendir. Bu desen, bir olgunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlayacak örnekler, açıklamalar ve yaşantılar sunabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarının daha iyi anlaşılabilmesi için bu desen tercih edilmiştir.

Çalışma Grubu

İncelenen literatür çalışmalarında, sadece spor bilimleri fakültesi bünyesindeki öğrencilere (Akgül vd., 2017), turizm fakültesi bünyesindeki rekreasyon bölümü öğrencilerine (Gözen, 2019) veya üniversitenin farklı bölümlerinde okuyan öğrencilere (Hızıroğlu ve Uslu, 2017) yönelik algı çalışmalarının metaforlar yoluyla incelendiği görülmektedir. Elde edilen sonuçlar, rekreasyon bölümü öğrencilerinin Türkiye’de iki farklı fakülte bünyesinde yer almasından kaynaklı, karşılaştırma yapılması gerekliliğini ortaya koymaktadır. Buradan hareketle bu çalışma kapsamında, gerek spor bilimleri fakültesi bünyesindeki gerekse de turizm fakültesi bünyesindeki rekreasyon bölümü öğrencileri çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırmanın verileri 1 Ocak 2020 tarihinden önce toplandığı için etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamaktadır.

Araştırmanın çalışma grubu, 2019-2020 eğitim-öğretim yılı güz döneminde (Eylül-Kasım 2019) Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi Bölümü’nde ve Gazi Üniversitesi, Spor Bilimleri Fakültesi, Rekreasyon Bölümü’nde öğrenimine devam eden ve çalışmaya gönüllü olarak katılan 150 öğrenciden oluşmaktadır. Sadece demografik bilgi formunu doldurup metafor oluşturulacak ifadeyi boş bırakan 4 öğrenci, sadece metafor belirterek çünkü ifadesini tamamlamayan 4 öğrenci, ifadelerinde bir metafor ve gerekçe üretmeyen 2 öğrenci olmak üzere toplamda 10 öğrenci araştırmaya dahil edilememiştir. Dolayısıyla araştırmanın bulguları, 140 öğrenciden toplanan verilere dayanmaktadır.

Araştırmanın çalışma grubu, tabakalı amaçsal örnekleme yöntemiyle belirlenmiştir. Seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan bu yöntem, ilgilenilen alt grupların özelliklerini göstermek ve bu alt gruplar arasında karşılaştırma yapılmasına imkân sunmak amacıyla kullanılmaktadır (Büyüköztürk vd., 2012). Turizm Fakültesi Rekreasyon Yönetimi Bölümü öğrencileri ile Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü öğrencilerinin çocuk kavramına ilişkin algılarının karşılaştırılmasına imkân sunması amacıyla bu örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Rekreasyon bölümü öğrencilerinden “Çocuk gibidir; Çünkü” ifadesini ve cinsiyet, yaş, sınıf, kardeş sayısı, aylık hane halkı geliri, anne eğitim durumu ve baba eğitim durumuna ilişkin bilgileri içeren kişisel bilgi formunu yazılı olarak doldurmalarını istenilmiştir. Rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk kavramına ilişkin ürettikleri metaforların kaynağı “gibidir” kelimesi ile gerekçesi ise “çünkü” kelimesi ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizinde birbirine benzerlik gösteren veriler, belirli kavram ve temalar çerçevesinde bir araya getirilerek düzenlenmekte ve yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2018).

Rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına yönelik ürettikleri metaforların analizi ise üç adımda gerçekleştirilmiştir.

1. Adım: Öğrencilerden toplanan veriler bilgisayar ortamına aktarılarak katılımcılar K1, K2 şeklinde kodlanmıştır. Daha sonra üretilen metaforlar bir metafor imgesi ve gerekçe içermeleri bakımından incelenmiştir. Okul öncesi eğitim alanında öğretim üyesi olan bir uzmandan görüş alınmıştır. Uzman görüşü doğrultusunda bir metafor ya da gerekçe içermeyen (4 katılımcı gerekçe üretmedikleri için, 2 katılımcı doldurdıkları ifadeden bir metafor ve gerekçelendirme çıkartılamadığı için, 4 katılımcı ise metafor üretilen ifadeyi boş bıraktıkları için) metaforlar elenmiştir.

2. Adım: Elde edilen metaforların gerekçeleri incelenmiş, benzer şekilde gerekçelendirilmiş olan metaforlar bir araya getirilerek kategorileştirilmiştir. Dâhil edildiği kategorileri en iyi temsil ettiği düşünülen metaforlar bir liste şeklinde düzenlenmiş, diğer metaforların belirlenen metaforlara benzerliği ve kategoriye uygunluğu araştırmacı ve okul öncesi eğitim uzmanı tarafından irdelenmiştir. Örneğin K124 “Veba” metaforunu üretmiş ve “Bulaşınca hayatı bitirir.” şeklinde gerekçelendirmiştir. K65 ise “Zulüm” metaforunu üretmiş ve “Çok uğraş ister.” şeklinde gerekçelendirilmiştir. Üretilen bu iki metafor bir araya getirilmiş ve “Olumsuz duygular uyandırma” kategorisi altında toplanmıştır. Ayrıca her kategoride birden fazla sayıda katılımcı tarafından üretilen metaforlar başat metafor imgeleri olarak belirlenmiştir.

3. Adım: Metaforlar araştırmacılardan bağımsız olarak okul öncesi eğitim alanında öğretim üyesi olarak çalışan bir uzman tarafından, önceden araştırmacıların belirlediği kategorilere dâhil edilmiştir. Daha sonra uzman ile araştırmacının metaforları hangi kategorilere dâhil

ettiği incelenerek görüş birliği ve görüş ayrılığı olan kategoriler belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarının güvenilirliğini sağlamak amacıyla “Güvenirlilik = Görüş birliği / Görüş ayrılığı + Görüş birliği x100” (Miles ve Huberman, 1994) formülünden yararlanılmıştır. Uzman ile araştırmacı 11 metaforu farklı kategorilere dâhil etmişlerdir. Güvenirlilik $129/140 \times 100 = \% 92,14$ olarak hesaplanmıştır. Güvenirlilik değerinin % 70’in üstünde çıktığı durumlarda kodlayıcılar arasındaki tutarlılığın yeterli, araştırmanın sonucunun ise güvenilir olduğu kabul edilmektedir (Miles ve Huberman, 1994).

Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulgular

Değişken		f	%
Fakülte	Turizm Fakültesi	75	53,57
	Spor Bilimleri Fakültesi	65	46,43
Cinsiyet	Kadın	56	40
	Erkek	84	60
Yaş	18	9	6,43
	19	10	7,14
	20	25	17,86
	21	31	22,14
	22	33	23,57
	23 ve üzeri	32	22,86
Sınıf	1	25	17,86
	2	29	20,71
	3	39	27,86
	4	47	33,57
Kardeş Sayısı	Tek çocuk	7	5
	1	42	30
	2	46	32,86
Aylık Hane Halkı Geliri	3 ve üzeri	45	32,14
	2.000 TL ve altı	20	14,29
	2.001-4.000 TL	67	47,86
	4.001-6.000 TL	29	20,71
Anne Eğitim Düzeyi	6.001 TL ve üzeri	24	17,14
	İlköğretim	91	65
	Lise	35	25
Baba Eğitim Düzeyi	Üniversite veya Lisansüstü	14	10
	İlköğretim	74	52,86
	Lise	39	27,86
	Üniversite veya Lisansüstü	27	19,28

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan öğrencilerin, % 53,57’si Turizm Fakültesi bünyesinde yer alan rekreasyon yönetimi bölümü öğrencilerinden; % 46,43’ü de Spor Bilimleri Fakültesi bünyesinde yer alan rekreasyon bölümü öğrencilerinden meydana gelmektedir. Cinsiyet değişkenine göre araştırmaya katılanların % 40’ı

kadın, % 60'ı da erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların yarısından fazlası (% 68,57) 21 yaş ve üzerindedir. Son sınıfta okuyan ve araştırmaya katılan öğrencilerin sayısı (% 33,57) diğer sınıftakilere göre daha fazladır. Kardeş sayısına göre inceleme yapıldığında ise tek çocuk olan öğrenciler hariç (% 5), diğer gruplarda (1-2-3 ve üzeri kardeşi olanlar) yakın bir dağılım söz konusu olmuştur. Aylık hanehalkı gelirlerine bakıldığında, araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık yarısı (% 47,86) 2.001-4.000 TL arasında bir gelire sahiptir. Ebeveynlerin eğitim düzeyleri incelendiğinde, babaların eğitim düzeyinin annelere göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Tablo 2'de çocuk kavramına ilişkin olarak üretilen metaforlar, kategoriler ve özellikleri tanımlanarak örnekler ifade edilmiştir.

Tablo 2. Çocuk kavramına ilişkin üretilen metaforlar ve kategoriler

Kategoriler	Metaforlar	Metafor		Katılımcı					
		n	%	Spor Bilimleri Fakültesi		Turizm Fakültesi		Toplam	
				n	%	n	%	n	%
Eğitimden Etkilenebilir Olma	Ağaç, Çiçek, Tohum, Fidan, Pamuk Şeker, Demir, Güzel Günlerin Geleceği, Beton Harcı, Dünyanın Oluşumu, Boş Bir Kap, Tarla, Toprak, Açmamış Gül, Boş Bir Flash Bellek, Bitki, Toprağa Ekilmiş Filiz, Kamera, Yaş Ağaç, Ailenin Aynası	1 9	18,1 0	2 2	81,4 8	5 2	18,5 2	2 7	19,2 9
Muhtaç Olma	Çiçek/Açmamış Bir Çiçek, Fidan/Yeni Dikilmiş Bir Fidan, Bitki, Bahçe, Yıldız	5	4,76	1 5	88,2 4	2	11,7 6	1 7	12,1 4
Yönlendirilebilir ve İşlenebilir Olma	Ağaç, Su, Hamur/ Oyun Hamuru, Fidan, Yavru Hayvanlar, Hammadde,	1 1	10,4 8	1 0	58,8 2	7	41,1 8	1 7	12,1 4

Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Çocuk Kavramına İlişkin Metaforik Alguları

	Bardak, Yaş Bir Ağaç, Altına İmza Attığımız Sanat Eseri, Boş Bir Sayfa, Bir Kopya Makinesi								
Sevgi-Mutluluk Kaynağı Olma	Neşe, Mutluluk/ Mutluluğun En Sade Hali/ Mutluluk Kaynağı, Meyve, Şeker, Eğlenceli, Su, Melek, İlaç, Hayat, Güneş, Can, Hediye, Rüya	1 3	12,3 8	1 0	62,5 0	6	37,5 0	1 6	11,4 3
Toplumun Geleceği Olma	İşık, Tohum, Hayat, Ağacın Kökü, Ağacın dalları, Mum, Gelecek, Dünyaya Gelen Meyve Vermemiş Ağaç, Bir Ormana Ekilen Yeni Tohum, Gelecekle Geçmiş Arasındaki Köprü, Geleceğin Işığı, Aydınlığı, Umudu	1 0	9,52	4	36,3 6	7	63,6 4	1 1	7,86
Doğal ve Masum Olma	Melek, Deniz, Dünyadaki Bütün Saf Duygular, Temiz Bir Sayfa, Gökyüzü, 4 Mevsim Açan Çiçek	6	5,71	4	40	6	60	1 0	7,14
Olumsuz Duygular Uyardırma	Dert, Zulüm, Veba, Ekonomik Kriz, Iphone Telefon, Ailenin Gülü, Deniz Suyu, Top	8	7,62	3	37,5 0	5	62,5 0	8	5,71
Deneyimsiz Olma	Su, Ağaç, Merhamet, Boş Bir Kutu, Günahsız Biri	5	4,76	0	0	5	100	5	3,57

Hem Olumlu Hem Olumsuz Duygular Uyandırma	Kış Mevsimi, Yeni Bir Umut, Fare, Hayat, Sokakta Oynanan Oyunlar	5	4,76	0	0	5	100	5	3,57
Duyarlı Olma	Çiçek, Yeni Doğmuş Bir Kuş, Donmamış Bir Beton, Kalp	4	3,81	0	0	4	100	4	2,86
Çevresini Etkileme	Temel Yapı Taşı, Ağaç, Bir Evin Neşesi, İp	4	3,81	1	25	3	75	4	2,86
Aileyi Yansıtmaya	Ayna , Anne ve Babanın Yansıması	2	1,91	0	0	3	100	3	2,15
Bilinmez Olma	Hayat, Okyanus, Yeni Bir Dünya	3	2,86	1	33,33	2	66,67	3	2,15
Meraklı Olma	Asker, Strateji Oyunları, Gelişen Bilgi Kutusu	3	2,86	2	66,67	1	33,33	3	2,15
Bakış Açısına Göre Şekillenebilir Olma	Tanrı, Pamuk	2	1,91	2	100	0	0	2	1,43
Sorumluluk Gerektirme	Doğa	1	0,95	1	100	0	0	1	0,71
Bireysel Farklara Sahip Olma	Gökkuşluğu	1	0,95	1	100	0	0	1	0,71
Kolay Ulaşılabilir Olma	Simit	1	0,95	1	100	0	0	1	0,71
Bilinenlerin Temeli Olma	Hayat	1	0,95	0	0	1	100	1	0,71
Gelişmekte Olma	Tohum	1	0,95	0	0	1	100	1	0,71

Tablo 2’de, çocuk kavramına ilişkin üretilen metaforlar ve kategoriler yer almaktadır. Elde edilen veriler doğrultusunda, toplam 20 kategori belirlenmiştir. Kategorilere ait elde edilen metaforlar da tabloda yer almaktadır. Her bir kategoriye ilişkin yapılan detaylı inceleme ise şu şekildedir:

Kategori 1: Eğitimden Etkilenebilir Olma

Bu kategoriye 26 katılımcı ve 17 metafor dahil edilmiştir. Ağaç, Çiçek ve Tohum başat metafor imgeleri olarak belirlenmiştir. Bu kategoriye çocuğa verilen eğitimin, emeğin, ilginin çocuğun gelecekteki yaşamını etkilediği yönünde gerekçelendirilmiş metaforların dâhil edildiği söylenebilir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K15) Suladıkça büyür ve gelişir.”, “(K37) İyi bir eğitim, gerekli sevgi ve özen gösterildiğinde Dünya’nın gelişimine insanlığa faydalı olur. Fakat yanlış yetiştirilirse tam tersi olur.”, “(K54) Ne kadar emek verirsən kökü o kadar derin olur.”. “(K73) Öğretirsen içine her şeyi alır ama öğretmezsen hep boş kalmaya devam eder.”

Kategori 2: Muhtaç Olma

Bu kategoriye 17 katılımcı ve 5 metafor dahil edilmiştir. Çiçek/Açmamış bir çiçek, Fidan/Yeni dikilmiş bir fidan başat metafor imgeleri olarak belirlenmiştir. Bu kategoriye çocuğun yetişkinlerin bakım, ilgi ve sevgisine ihtiyaç duyması ve bunlara muhtaç olduğu yönünde gerekçelendirilmiş metaforların dâhil edildiği söylenebilir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K4) Bizim sevgimize ve şefkatimize, özellikle ilgimize ihtiyacı vardır.”, “(K138) Her sabah öpülmek, koklanmak ve ilgi ister.”, “(K33) Gerekli şeyler verilirse, yeteri kadar güneş su alırsa, toprağı düzenli yenilenirse bakımlı güzel yetişmiş bir bitki olarak karşımıza gelir.”

Kategori 3: Yönlendirilebilir ve İşlenebilir Olma

Bu kategoriye 17 katılımcı ve 11 metafor dahil edilmiştir. Ağaç, Su, Hamur/Oyun Hamuru ve Fidan başat metafor imgeleri olarak belirlenmiştir. Bu kategoriye çocukların etrafındaki insanların ve yaşam koşullarının yönlendirmelerine, eğitim gibi süreçler boyunca işlenmeye açık oldukları yönünde gerekçelendirilmiş metaforların dâhil edildiği söylenebilir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K114) Aile okul gibi etkenlerle yoğurulup belirli yaşa geldiğinde olgunlaşır ve kendi olur.”, “(K82) Siz nasıl işlerseniz, neler öğretirseniz o şekilde dolar.”, “(K24) Her ne kadar doğuştan getirdiği özellikleri olsa da ebeveynlerinin yönlendirmesi doğrultusunda şekil alır.”, “(K57) Hangi materyalin içine girerse o şekli alır.”

Kategori 4: Sevgi ve Mutluluk Kaynağı Olma

Bu kategoriye 16 katılımcı ve 13 metafor dahil edilmiştir. Neşe, Mutluluk/Mutluluğun en sade hali/Mutluluk kaynağı başat metafor imgeleri olarak belirlenmiştir. Bu kategoriye çocukların etrafındakilere sevgi, mutluluk, huzur verdiği yönünde gerekçelendirilmiş metaforların dâhil edildiği söylenebilir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K63) Canına can katar. Karşılıksız ve sonsuz sevilen tek varlıktır.”, “(K100) Çocuk evin neşesi, mutluluğudur.”, “(K70) Temel

ihtiyaçlarınızdan farksız olarak, sevgiye olan doyumunuzu tıpkı diğer ihtiyaçlarınızda olduğu gibi tamamlar.”, “(K139) Karşılıksız sevgi dağıtandır.”

Kategori 5: Toplumun Geleceği Olma

Bu kategoriye 11 katılımcı ve 10 metafor dahil edilmiştir. Işık başat metafor imgesi olarak belirlenmiştir. Bu kategoriye çocukların yarının büyükleri olacağı, neslin devamlılığını sağladıkları, toplumun kalkınmasına öncülük edecekleri yönünde gerekçelendirilmiş metaforların dâhil edildiği söylenebilir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K43) Gelecek nesillerin devamlılığını sağlayan, kuşaklar arası bağlantıyı devam ettiren bireydir.”, “(K26) Geleceğimiz onlarıdır.”, “(K11) Çocuk yeni ekilen bir tohumdur çünkü her ekilen tohum gelecektir. Çocuk yeşerir gelişirse toplum gelişir.”, “(K97) Geleceğimizin aydınlanmasını, daha da kalkınmasını sağlayacak ışığımızdır.”

Kategori 6: Doğal ve Masum Olma

Bu kategoriye 10 katılımcı ve 6 metafor dahil edilmiştir. Melek başat metafor imgesi olarak belirlenmiştir. Bu kategoriye çocukların kalplerinin, düşüncelerinin henüz kirlenmemiş olduğu, kötülük nedir bilmedikleri, temiz, saf ve günahsız oldukları yönünde gerekçelendirilmiş metaforların dâhil edildiği söylenebilir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K60) Hiçbir zaman masumluklarını yitirmezler. Onların temiz kalpleri, temiz fikirleri bu Dünya’yı çiçek gibi kokutan, temizleyen faktörlerdir.”, “(K104) Her şeyden habersizdir. Hiçbir kötülüğü bilmez.”, “(K25) Saf, günahsız ve temizdir.”

Kategori 7: Olumsuz Duygular Uyandırma

Bu kategoriye 8 katılımcı ve 8 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların olumsuz özelliklerine vurgu yapılan, sorun ve sıkıntı kaynağı oldukları, beklentilerine cevap vermenin güç olduğu yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K128) Yeni sürümü güncellendikçe dertleri bitmez. Bir üst model oldukça (büyüdükçe) masrafları artar ve senin de çağa uyum sağlamanı ister.”, “(K68) Sorun getirir.”

Kategori 8: Deneyimsiz Olma

Bu kategoriye 5 katılımcı ve 5 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların yaşlarının küçük olması sebebiyle tecrübelerinin yetersiz olduğuna vurgu yapılan, doğru tercihler yapma, doğru ile yanlış ayırt etme gibi konularda zorlandıkları yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur: “(K96) Daha hayatta yaşayacağı çok şey vardır.”, “(K83) Doğruyu yanlış bilemez. Kendisine yararlı ya da zararlı olanlar arasında seçim yapamaz.”

Kategori 9: Hem Olumlu Hem Olumsuz Duygular Uyandırma

Bu kategoriye 5 katılımcı ve 5 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların hem olumlu hem de olumsuz duygular uyandırmasına vurgu yapılan, mutluluk, huzur, sevgi verirken aynı zamanda üzüntü, hayal kırıklığı, sıkıntı da yaşattığı yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur: “(K92) Çocuk neşedir, mutluluktur, saygıdır, sevgidir, hüzdündür, üzüntüdür ve sorumluluktur. Bütün hayat değerlerinin özenle bir araya toplanmış halidir.”, “(K77) Ömrümüzü her geçen gün azar azar kemirir durur ancak aileye verdiği huzur ve mutluluk da paha biçilmezdir.”, “(K117) Bazen mutluluk bazen ise hayal kırıklığı içerir.”

Kategori 10: Duyarlı Olma

Bu kategoriye 4 katılımcı ve 4 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların yaşanan olaylara, kendisine yapılan muameleye karşı oldukça duyarlı oldukları yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur: “(K131) Üzerine ne düşse izi kalır.”, “(K133) Her cümleye her davranışa gelemiz. Çocuklarda kalp gibi kırılabilir, küsebilir. Kırılma küsme davranışları onları etkiler.”

Kategori 11: Çevresini Etkileme

Bu kategoriye 4 katılımcı ve 4 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların yalnızca etrafından pasif olarak etkilenen değil, etrafını da etkileyen yapıya sahip olduğuna vurgu yapılan, özellikle ailesine olumlu özellikler kazandırdıkları, ailelerinin çocuklarının istek ve düşüncelerine hitap edebilmek için hareketlerinde ve davranışlarında değişiklikler yaptıkları yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer

verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K123) Her eve sevgi ve paylaşmayı öğretir.”, “(K49) Çocuklu aileler yaşantısını çocuğun düşüncelerine, aktivitelerine, isteklerine, yaşantısına göre şekillendirebilir. Ailelerin birbiriyle iletişimini, etkileşimini bile etkileyebilir. Yerine göre doğrudan veya dolaylı olarak çocukların istek ve arzuları düşünce ve hareketlerimizi değiştirebilir.”

Kategori 12: Aileyi Yansıtma

Bu kategoriye 3 katılımcı ve 2 metafor dahil edilmiştir. Ayna başat metafor imgesi olarak belirlenmiştir. Kategoride çocukların ailelerini örnek aldıkları, onlar gibi düşünüp davrandıkları yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K95) Çocuk yaptığı davranışlarla ailesini yansıtır. Çocuk ailenin aynasıdır.”, “(K101) Anne ve babasını örnek alır. Model anne babadır. Onların davranış, konuşma ve fikirlerine önem verir.”

Kategori 13: Bilinmez Olma

Bu kategoriye 3 katılımcı ve 3 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukları tanınmanın, anlamının, onlarla ilgili yaşanacakları öngörmenin güç olması yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K20) Yaşadıkça öğrenilir.”, “(K86) Her çocuğun içinde yeni bir dünya vardır.”, “(K134) Derinlerine daldıkça daha önce keşfedilmemiş birbirinden farklı güzelliklere tanıklık edebiliriz.”

Kategori 14: Meraklı Olma

Bu kategoriye 3 katılımcı ve 3 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların öğrenmeye hevesli ve çevresine karşı meraklı oldukları yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K8) Dünya’ya geldiği anda karşısından her zaman bir şeyler öğrenmeyi bekler.”, “(K53) Her zaman farklı şeyler öğrenmek için sürekli soru sorup kendisini geliştirir.”

Kategori 15: Bakış Açısına Göre Şekillenebilir Olma

Bu kategoriye 2 katılımcı ve 2 metafor dahil edilmiştir. Kategoride ebeveyn bakış açısıyla çocuğun farklı gözüktüğü, çocuğa karşı tutum ve düşüncelerin onların nasıl algılandığını etkilediği

yönünde gerekçelendirilen metaforlar dâhil edilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilen metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K59) İsteyen çok yüceltir, ona tapar, hayatını adar. İstemeyen ya da sevmeyen de yerer, itiraz eder, kabullenmez.”, “(K45) Kirpi yavrusunu pamuğum diye sever.”

Kategori 16: Sorumluluk Gerektirme

Bu kategoriye 1 katılımcı ve 1 metafor dahil edilmiştir. Kategoride yetişkinlerin çocuklara karşı bakım, koruma, ilgi ve sevgi gösterme gibi sorumlulukları ve görevleri olduğu yönünde gerekçelendirilen metaforlara yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilmiş metaforların gerekçelerinden örnekler sunulmuştur:

“(K51) Doğaya karşı nasıl ki sorumluluklarımızın farkında olmak ve görevlerimizi yerine getirmek zorundaysak çocuklar da öyledir.”

Kategori 17: Bireysel Farklara Sahip Olma

Bu kategoriye 1 katılımcı ve 1 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocuklar arasında bireysel farklılıkların bulunduğu, her birinin çok özel ve eşsiz olduğu yönünde gerekçelendirilmiş metafora yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilen metaforun gerekçesi sunulmuştur:

“(K32) Her çocuk çok özeldir, farklıdır.”

Kategori 18: Kolay Ulaşılabilir Olma

Bu kategoriye 1 katılımcı ve 1 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların tüm ailelerde, yaşamın her noktasında görebileceğimiz şekilde kolay ulaşılabilir oldukları yönünde gerekçelendirilmiş metafora yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dahil edilen metaforun gerekçesi sunulmuştur:

“(K16) Zengin, fakir her ailede olur.”

Kategori 19: Bilinenlerin Temeli Olma

Bu kategoriye 1 katılımcı ve 1 metafor dahil edilmiştir. Kategoride bilinen çoğu şeyin çocukluk döneminde öğrenildiği, çocukluğun herkesin yaşadığı bir süreç olduğu yönünde gerekçelendirilmiş metafora yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilen metaforun gerekçesi sunulmuştur:

“(K88) Hayatı, öğrendiğimiz, gördüğümüz, hissettiğimiz her şeyi ilk defa çocukken öğreniriz.”

Kategori 20: Gelişmekte Olma

Bu kategoriye 1 katılımcı ve 1 metafor dahil edilmiştir. Kategoride çocukların yaşça büyümeyle birlikte gelişim gösterdiği, giderek gelişmekte oldukları yönünde gerekçelendirilmiş metafora yer verilmiştir. Aşağıda bu kategoriye dâhil edilen metaforun gerekçesi sunulmuştur:

“(K121) Gittikçe filizlenir.”

Fakültelerdeki Bölümlere Yönelik Karşılaştırmaya İlişkin Bulgular

Katılımcıların bölümlerine göre çocuk kavramına ilişkin oluşturdukları metaforların kategorilere göre dağılımı incelendiğinde, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin sırasıyla en sık oluşturdukları kategoriler eğitimden etkilenebilir olma (n=22), muhtaç olma (n=15), sevgi-mutluluk kaynağı olma (n=10) ile yönlendirilebilir ve işlenebilir olma (n=10) iken, Turizm Fakültesi öğrencilerinin sırasıyla en sık oluşturdukları kategoriler yönlendirilebilir ve işlenebilir olma (n=7), toplumun geleceği olma (n=7), sevgi-mutluluk kaynağı olma (n=6) ile doğal ve masum olma (n=6) kategorileri olduğu belirlenmiştir. Her iki bölüm öğrencilerinde de ilk sıralarda yönlendirilebilir ve işlenebilir olma ile sevgi-mutluluk kaynağı olma kategorilerine yer verilmiş olsa da diğer kategorilerde bölümler arası farklılıklar görülmektedir. Beşinci sırada, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri toplumun geleceği olma (n=4) ile doğal ve masum olma (n=4) kategorilerine yer verirken, Turizm Fakültesi öğrencileri eğitimden etkilenebilir olma (n=5), olumsuz duygular uyandırma (n=5), deneyimsiz olma (n=5) ve hem olumlu hem olumsuz duygular uyandırma (n=5) kategorilerine yer vermiştir. Altıncı sırada, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri olumsuz duygular uyandırma (n=3) kategorisine yer verirken, Turizm Fakültesi öğrencileri duyarlı olma (n=4) kategorisine yer vermiştir. Yedinci sırada, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri meraklı olma (n=2) ve bakış açısına göre şekillenebilir olma (n=2) kategorisine yer verirken, Turizm Fakültesi öğrencileri aileyi yansıtma (n=3) ve çevresini etkileme (n=3) kategorilerine yer vermiştir.

Muhtaç olma kategorisine Turizm Fakültesi öğrencileri sekizinci sırada yer vermişken, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri ikinci sırada yer vermiştir. Bakış açısına göre şekillenebilir olma (n=2), sorumluluk gerektirme (n=1), bireysel farklılıklara sahip olma (n=1), kolay ulaşılabilir olma (n=1) kategorilerine sadece Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri metafor yazmıştır. Deneyimsiz olma (n=5), hem olumlu hem olumsuz duygular uyandırma (n=5), duyarlı olma (n=4), aileyi yansıtma (n=3), bilinenlerin temeli olma (n=1) ve gelişmekte olma

(n=1) kategorilerine sadece Turizm Fakültesi öğrencileri metafor yazmıştır.

Verilerin analizi sonucunda birden fazla katılımcı tarafından üretilen metaforlar sırasıyla çiçek (n=15), ağaç/yaş ağaç (n=14), fidan (n=8), melek (n=6), su (n=5), hayat (n=5), ayna (n=3), mutluluk (n=3), neşe (n=3), hamur/oyun hamuru (n=2), ışık (n=2), boş/temiz bir sayfa (n=2) ve bitki (n=2) olmuştur. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin en sık ürettikleri metaforlar sırasıyla çiçek (n=13), ağaç (n=11) ve fidan (n=7) iken, Turizm Fakültesi öğrencilerinin en sık ürettikleri metaforlar melek (n=4), ağaç (n=3) ve ayna (n=3) olarak belirlenmiştir. Temiz/boş bir sayfa, ışık ve ayna metaforları sadece Turizm Fakültesi öğrencileri tarafından, hamur/oyun hamuru metaforu ise sadece Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından üretilmiştir.

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu çalışmanın bulguları rekreasyon bölümü öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarını ortaya koymaktadır. Katılımcılar tarafından üretilen metaforlar 20 kategori altında toplanmıştır. En fazla sayıda metafor içeren kategoriler sırasıyla eğitimden etkilenebilir olma, muhtaç olma, yönlendirilebilir ve işlenebilir olma kategorileridir. İlgili literatür incelendiğinde rekreasyon öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarının incelendiği başka bir çalışmaya rastlanmamış; ebeveynlerin, öğretmen adaylarının, çocuk gelişimi bölümü öğrencilerinin ve okul öncesi öğretmenlerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarını inceleyen çalışmaların olduğu görülmüştür (Akgün, 2016; Kıldan vd., 2012; Akıncı-Demirbaş, 2015; Kuyucu vd., 2013; Pesen, 2015; Sezer-Soydemir, 2011). Çalışmanın bulgularına benzer şekilde Akgün (2016), okul öncesi öğretmen adaylarının en çok metafor ürettikleri kategorilerin sırasıyla yönlendirilebilir ve işlenebilir olma, muhtaç olma ve eğitimden etkilenebilir olma olduğunu; Akıncı-Demirbaş (2015) çocuk gelişimi bölümü öğrencilerinin, Kuyucu vd. (2013) ise okul öncesi öğretmenlerinin en fazla metaforu “şekillendirilebilen bir hammadde olarak çocuk” kategorisinde ürettiklerini tespit etmiştir. Koçer vd. (2015) ise okul öncesi öğretmen adaylarının en çok kendine özgü/ kendi gelişimini gerçekleştirecek potansiyele sahip/ araştırmacı/ meraklı/ güçlü/ özgür/ çok yönlü bir varlık olarak çocuk ve şekil verilecek/eğitilecek/pasif/yetersiz varlık olarak çocuk kategorilerine yer verdiklerini saptamıştır. Pesen (2015) ise ebeveynlerin çocukları daha çok değerli bir varlık ve mutluluk kaynağı olarak algıladıklarını belirlemiştir. Çocuk kavramına yönelik olarak üretilen metaforların farklı kategorilerde yoğunlaşmasının sebebinin, farklı meslek gruplarıyla veya farklı bölümlerdeki

öğrencilerle çalışmaların yapılmış olması, ebeveyn/öğretmen ve diğer kişilerin çocuklarla daha farklı ortamlarda zaman geçirmeleri sebebiyle yaşantılarının farklı olması, çalışmalara katılan kişilerin çocuk kavramına yönelik algılarındaki ve bakış açılarındaki farklılıklar olabileceği düşünülmektedir.

Araştırmanın bulgularına göre katılımcılar tarafından en sık üretilen metaforlar çiçek, ağaç/yaş ağaç ve fidan kavramları olmuştur. Benzer şekilde Pesen (2015) de, çocuk kavramıyla ilgili en çok üretilen metaforlar arasında; ağaç ve çiçeğin yer aldığını belirlemiştir. Akgün (2016), fidanın yönlendirilebilir ve işlenebilir olma kategorisinde, çiçeğin ise muhtaç olma kategorisinde çok sayıda katılımcının ürettiği, başat imgeler olduğunu belirlemiştir. Koçer vd. (2015) tarafından yapılan çalışmada ise çiçek, fidan ve ağaç kavramları öne çıkmıştır. İlgili literatür incelendiğinde, çocuk kavramına yönelik olarak benzer metaforların üretildiği ve bunların genellikle somut kavramlardan oluştuğu görülmektedir. Bu durumun sebebinin çocuk kavramının toplumda yaygın olan anlayışlara göre değerlendirilmesi olduğu düşünülmektedir.

Katılımcıların bölümlerine göre ürettikleri metaforların ve kategorilerin farklılaştığı tespit edilmiştir. Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin sırasıyla en sık oluşturdukları kategoriler, eğitimden etkilenebilir olma (n=22), muhtaç olma (n=15), sevgi-mutluluk kaynağı olma (n=10) ile yönlendirilebilir ve işlenebilir olma (n=10) iken, Turizm Fakültesi öğrencilerinin sırasıyla en sık oluşturdukları kategoriler yönlendirilebilir ve işlenebilir olma (n=7), toplumun geleceği olma (n=7), sevgi-mutluluk kaynağı olma (n=6) ile doğal ve masum olma (n=6) kategorileri olduğu belirlenmiştir. Her iki bölümde de ilk sıralarda yönlendirilebilir ve işlenebilir olma ile sevgi-mutluluk kaynağı olma kategorilerine yer verilmiş olsa da diğer kategorilerde bölümler arası farklılıklar görülmektedir. Turizm Fakültesi öğrencileri ile Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri diğer kategorilere farklı sıralarda yer vermişlerdir. Bakış açısına göre şekillenebilir olma, sorumluluk gerektirme, bireysel farklıklara sahip olma, kolay ulaşılabilir olma kategorilerine yalnızca Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri; deneyimsiz olma, hem olumlu hem olumsuz duygular uyandırma, duyarlı olma, aileyi yansıtmaya, bilinenlerin temeli olma ve gelişmekte olma kategorilerine ise sadece Turizm Fakültesi öğrencileri metafor üretmiştir. Beş tane Turizm Fakültesi öğrencileri tarafından, üç tane de Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından olumsuz metafor üretilmiştir. Beş Turizm Fakültesi öğrencisi ise hem olumlu hem olumsuz duygular uyandırma kategorisine metafor üretmiştir. Çalışma grubunda olumsuz duygulara yönelik algılara sahip olan kişiler arasında

Turizm Fakültesi öğrencilerinin daha çoğunlukta olduğu görülmektedir. Hem olumlu hem olumsuz duygular uyandırma ve olumsuz duygular uyandırma kategorilerinin dışında yer alan metaforlar gerekçelerine göre olumlu olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular ışığında rekreasyon öğrencilerinin çocuklara yönelik olarak genellikle olumlu olduğu söylenebilir. Fakat literatür taraması ve alan araştırması neticesinde, rekreasyon öğrencilerinin işletmelerde çocuklarla en çok etkileşimde olan kişiler olmaları sebebiyle, lisans eğitimi sürecinde, çocuk psikolojisini ve gelişimini öğrenmelerini sağlayacak ve çocukla iletişim becerilerini güçlendirebilecek, olumsuz algıya sahip olan öğrencilerin algılarını olumlu yönde değiştirmelerine katkı sağlayacak derslerin eklenmesi önerilmektedir.

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin en sık ürettikleri metaforlar sırasıyla çiçek (n=13), ağaç (n=11) ve fidan (n=7) iken, Turizm Fakültesi öğrencilerinin en sık ürettikleri metaforlar melek (n=4), ağaç (n=3) ve ayna (n=3) olarak tespit edilmiştir. Ağaç metaforunun her iki bölümde de en sık üretilen metaforlar arasında olmasına rağmen diğer metaforlarda bölümler arası farklılıklar görülmektedir. Temiz/boş bir sayfa, ışık ve ayna metaforları yalnızca Turizm Fakültesi öğrencileri tarafından; hamur/oyun hamuru metaforu ise sadece Spor Bilimleri Fakültesi öğrencileri tarafından üretilmiştir. Bölümler arası bu farklılığın sebebinin farklı fakültelerde okumanın öğrenciler üzerindeki etkileri ve farklı lisans eğitimi yaşantısı sunması, katılımcıların çocuklarla ilgili daha önceki yaşantılarındaki ve bakış açılarındaki farklılıklar olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte, iki farklı fakültede yer alan rekreasyon bölümlerinin müfredatlarındaki farklılıklar, öğrencilerin bakış açılarını etkileyebilmektedir.

Çalışmanın, literatürdeki eksikliğe iki farklı fakülte öğrencilerinin karşılaştırılması noktasında da katkı sağlaması amaçlanmıştır. Çalışma, iki fakülte (Spor Bilimleri Fakültesi ve Turizm Fakültesi) öğrencilerinin “çocuk” kavramına ilişkin algılarını, karşılaştırma yaparak inceleyebilme imkânı sağlamıştır. Elde edilen bulgulara göre her iki fakülte öğrencilerinin çocuk alguları arasında çok belirgin farklılıklar olmadığı görülmektedir.

Çalışma bulgularına göre katılımcıların yaşlarının 21 yaş ve üzerinde yoğunlaşmış olduğu görülmektedir. Üretilen metaforlardan “eğitimden etkilenebilir olma” kategorisinin katılımcılar tarafından daha fazla tercih edilmesi; katılımcıların uzun süre devam eden ve hala devam etmekte olan eğitim süreçlerinin etkisi altında kaldıklarını ve bunun etkisiyle bu kategoriye ait metaforları üretmelerinin anlamlı olduğu düşünülebilir.

Araştırma Ankara ilinde iki fakülteden toplanan verilerle ve 150 öğrenciyle sınırlıdır. Araştırmanın çalışma grubu Ankara ilinde eğitim almakta, genellikle 20 yaş ve üzeri, büyük çoğunluğu en az bir kardeş sahibi, anne ve babasının eğitim durumu genellikle ilköğretim düzeyinde, aylık hane halkı geliri ise 2001-4000 TL bandında yoğunlaşmaktadır. Çalışmanın verileri bu çalışma grubunu temsil etmektedir. Fakülteler arası farklılıkların daha belirgin şekilde ortaya konması amacıyla farklı şehirleri ve fakülteleri kapsayan, farklı demografik özelliklere sahip daha geniş bir örneklem grubunda çalışmanın tekrar gerçekleştirilmesi önerilmektedir.

Bu araştırmada birçok demografik veri toplanmış olsa da yalnızca öğrenim görülen fakültele göre karşılaştırma yapılmış, toplanılan diğer veriler çalışılan örnekleme daha iyi betimleyebilmek amacıyla sunulmuştur. Daha sonra yapılacak çalışmalarda sınıf ve cinsiyet gibi farklı demografik değişkenlere göre karşılaştırma yapılması önerilmektedir. Özellikle sınıf değişkenine göre yapılacak olan karşılaştırmalar rekreasyon bölümü öğrencilerinin gelişimini ve yıllara göre değişimini ortaya koyacaktır. Örneğin birinci sınıf öğrencileri ile mezuniyet aşamasında olan öğrencilerin çocuk kavramına ilişkin görüşleri değişmekte midir? Öğrenim gördüğü yıllar boyunca, fakülte yaşantısı öğrencilerin çocuk kavramına ilişkin görüşlerini değiştirmiş midir veya etkilemiş midir? Turizm Fakültesi bünyesindeki diğer bölümlerle de benzer bir çalışma yürütülerek bölümler arası karşılaştırma yapılması, turizm sektörü çalışanlarının çocuk kavramına yönelik algılarının metaforlar yoluyla incelenmesi, rekreasyon bölümü öğrencilerinin mesleklerine başlamadan önce ve sonra çocuk kavramına yönelik algılarının incelenerek karşılaştırılmasına fayda sağlayacaktır.

Kaynakça

- Akgül, B. M., Kaya, S., Ayyıldız, T. ve Karaküçük, S. (2017). Rekreasyon Uzman Adaylarının Mesleklerine İlişkin Algıları: Bir Metaforik Çalışma. 4. *Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Tam Metini İçinde* (s. 18-26).
- Akgün, E. (2016). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının “Çocuk” ve “Okul Öncesi Öğretmeni” Kavramlarına İlişkin Metaforik Algıları. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (4), 1652-1672.
- Akıncı-Demirbaş, E. (2015). Çocuk Gelişimi Bölümü Üniversite Öğrencilerinin “Çocuk” Kavramına İlişkin Sahip oldukları Zihinsel İmgeler. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 295- 303.

- Aran, S. (2014). A Case Study on Defining Leisure Time Motivation of Recreation Students. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 152, 734-739.
- Aymankuy, Y. ve Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü (Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (45), 105-122.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., ve Demirel, F. (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Canosa, A. and Graham, A. (2016). Ethical Tourism Research Involving Children. *Annals of Tourism Research*, 61, 219-221.
- Carr, N. (2018). Çocuk Hakları ve Turizm. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1, 17-28.
- Dalkılıç, G. ve Mil, B. (2017). Otel İşletmelerinde Rekreasyon ve Boş Zaman Yönetimi: Sahil Otelleri Örneği. *Uluslararası Yönetim-Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 5 (1), 29-42.
- Gözen, E. (2019). Rekreasyon Yönetimi Bölümü Lisans Öğrencilerinin “Rekreasyon” Kavramına İlişkin Metaforik Alguları. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3 (3), 397-416.
- Hazar, A. (2009). *Rekreasyon ve Animasyon*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hızıroğlu, Ö. S. ve Uslu, M. (2017). *Üniversite Öğrencilerinin “Rekreatif Faaliyet” Kavramına İlişkin Metaforik Alguları*. Ramazan Arı, Mustafa Uslu ve Hamdi Pepe (Ed.), *Sağlık ve Spor Bilimleri Araştırmaları* içinde (s. 80-97). Konya: Çizgi Kitabevi.
- İçöz, O. (2018). Turizmin Çocukları: Turizmin Arz ve Talep Taraflarındaki Çocuklar. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1, 33-46.
- Karadağ, L. (2010). Çocuk Pazarları, Çocukların Aile Kararlarına Etkisi: Marmaris Örneği. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 3 (10), 73-92.
- Karaküçük, S. (1997). *Rekreasyon (Boş Zamanları Değerlendirme) Kavram, Kapsam ve Bir Araştırma*. Ankara: Seren Ofset.
- Kıldan, A. O., Ahi, B. and Uluman, B. (2012). Öğretmen Adaylarının Mecazlar Yoluyla Çocuk Kavramına Bakış Açıları (Boylamsal Bir Çalışma). *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13 (1), 149-165.
- Kızanıklı, M. (2014). Türkiye’deki Yükseköğretim Kurumlarında Rekreasyon Eğitiminin Yapısı. *International Journal of Science Culture and Sport*, (Special Issue 1), 46-60.

- Koçer, H., Ünal, F. ve Eskidemir-Meral, S. (2015). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının “Çocuk” Kavramına ve “Öğretmen” Kavramına İlişkin Metaforlarının Öğretmenlik Uygulama Planlamalarına Yansımaları. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 171-185.
- Kuyucu, Y., Şahin, M. ve Kapıcıoğlu, O. (2013). Okul Öncesi Öğretmenlerinin “Çocuk” Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Zihinsel İmgeler. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 43- 53.
- Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. CA: Sage Publications.
- Orel, F. D. ve Yavuz, M. C. (2003). Rekreatyonel Turizmde Müşteri Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Pilot Çalışma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (11), 61-76.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, 77-96.
- Öztürk, İ., Atasoy, F. ve Arıkan, V. (2018). Antalya’daki Çocuk Dostu Niteliğindeki Otellerin Çocuklu Ailelere Sunduğu Rekreatyon Faaliyetleri ve İmkânlarına Yönelik Bir Değerlendirme. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2, 7-13.
- Pesen, A. (2015). Ebeveynlerin “Çocuk” Kavramına Yüklediği Metaforlar. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10 (15), 731-748.
- Poria, Y. and Timothy, D. J. (2014). Where Are The Children in Tourism Research?. *Annals of Tourism Research*, 47, 93-95.
- Sezer-Soydemir, Ş. (2011). *Okul Öncesi Öğretmen ve Ebeveynlerinin Birbirlerini ve Okul Öncesi Çocuklarını Nasıl Algıladıklarının Metaforlar Yoluyla İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Selçuk Üniversitesi/Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- TDK (Türk Dil Kurumu). (2019). İnternet: <https://sozluk.gov.tr/>, (Erişim Tarihi: 02.05.2020).
- Tuna, M., Özyurt, B. ve Kurt, A. (2019). Çocuk Dostu Oteller: Kavramsal Bir İnceleme. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3, 63-76.
- UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) (2020). World Tourism Barometer. [Online] <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.1>, [Erişim Tarihi: 02.04.2020].

- Wu, M., Wall, G., Zu, Y. and Ying, T. (2019). Chinese Children's Family Tourism Experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166-175.
- Yaşartürk, F., Akyüz, H. ve Karataş, İ. (2018). Rekreasyon Bölümü Öğrencilerinin Boş Zaman Yönetimi İle Akademik Başarılarını Etkileyen Örgütsel Faktörler Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3 (2), 233-243.
- Yayla, Ö., Silik, C. E. ve Dülger, A. S. (2017). Turizm Lisans ve Önlisans Eğitiminde 2017 Yılı Sayısal Değerlendirmeler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5 (4), 47-58.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2018). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Zagonari, F. (2009). Balancing Tourism Education And Training. *International Journal of Hospitality Management*, 28, 2-9.
- Zorba, E. (2007). Türkiye'de Rekreasyona Bakış Açısı ve Gelişimi. *Gazi Haber Dergisi*, 52-55.

Ek Beyan

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.