

**Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Öğrencilerinin Gelecek,
İstihdam ve Mesleğe İlişkin Metaforik Algıları**

*Metaphoric Perceptions of Labor Economics and Industrial Relation
Students on the Future, Employment and Occupation*

Seda Topgöl

Gaziosmanpaşa Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü

Gaziosmanpaşa University Faculty of Economics and Administrative Sciences

Labour Economics and Industrial Relations Department

seda.topgul@gop.edu.tr

Ocak 2017, Cilt 8, Sayı 1, Sayfa: 100-117
Ocak 2017, Volume 8, Number 1, Page: 100-117

P-ISSN: 2146-0000

E-ISSN: 2146-7854

İMTİYAZ SAHİBİ / OWNER OF THE JOURNAL
(ÇASGEM Adına / On Behalf of the ÇASGEM)
Abdurrahim ŞENOCAK

EDİTÖR / EDITOR IN CHIEF
Doç. Dr. Erdem CAM

TARANDIĞIMIZ İNDEKSLER / INDEXES
ECONLIT - USA
CABELL'S DIRECTORIES - USA
ASOS İNDEKS - TR
INDEX COPERNICUS INTERNATIONAL - PL
KWS NET LABOUR JOURNALS INDEX - USA

YAYIN TÜRÜ / TYPE of PUBLICATION
PERIODICAL - ULUSLARARASI SÜRELİ YAYIN
YAYIN ARALIĞI / FREQUENCY of PUBLICATION
6 AYLIK - TWICE A YEAR
DİLİ / LANGUAGE
TÜRKÇE ve İNGİLİZCE - *TURKISH and ENGLISH*

PRINT ISSN
2146 - 0000
E - ISSN
2146 - 7854

YAYIN KURULU / EDITORIAL BOARD

Dr. Serhat AYRIM - ÇSGB
Dr. Siddık TOPALOĞLU - ÇSGB
Nurcan ÖNDER - ÇSGB
Doç. Dr. Erdem CAM - ÇASGEM

ULUSLARARASI DANIŞMA KURULU / INTERNATIONAL ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Yener ALTUNBAŞ *Bangor University - UK*
Prof. Dr. Mehmet DEMİRBAĞ *University of Essex - UK*
Prof. Dr. Shahrokh Waleck DALPOUR *University of Maine - USA*
Prof. Dr. Tayo FASHOYIN *Cornell University - USA*
Prof. Dr. Paul Leonard GALLINA *Université Bishop's University - CA*
Prof. Dr. Douglas L. KRUSE *Rutgers, The State University of New Jersey - USA*
Prof. Dr. Özey MEHMET *University of Carleton - CA*
Prof. Dr. Theo NICHOLS *University of Cardiff - UK*
Prof. Dr. Mustafa ÖZBİLGİN *Brunel University - UK*
Prof. Dr. Yıldırım YILDIRIM *The University of New York - USA*
Doç. Dr. Kevin FARNSWORTH *University of York - UK*
Doç. Dr. Alper KARA *University of Loughborough - UK*
Dr. Sürhan ÇAM *University of Cardiff - UK*

ULUSAL DANIŞMA KURULU / NATIONAL ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR *Türkiye Bilimler Akademisi*
Prof. Dr. Yusuf ALPER *Uludağ Üniversitesi*
Prof. Dr. Cihangir AKIN *Yalova Üniversitesi*
Prof. Dr. Mustafa AYKAÇ *Kırklareli Üniversitesi*
Prof. Dr. Mehmet BARCA *Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi*
Prof. Dr. Eyüp BEDİR *Gazi Üniversitesi*
Prof. Dr. Vedat BİLGİN *TBMM*
Prof. Dr. Toker DERELİ *Işık Üniversitesi*
Prof. Dr. E. Murat ENGİN *Galatasaray Üniversitesi*
Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUŞ *İstanbul Şehir Üniversitesi*
Prof. Dr. Halis Yunus ERSÖZ *İstanbul Üniversitesi*
Prof. Dr. Seyfettin GÜRSEL *Bahçeşehir Üniversitesi*
Prof. Dr. Aşkın KESER *Uludağ Üniversitesi*
Prof. Dr. Tamer KOÇEL *İstanbul Kültür Üniversitesi*
Prof. Dr. Metin KUTAL *Gedik Üniversitesi*
Prof. Dr. Ahmet MAKAL *Ankara Üniversitesi*
Prof. Dr. Sedat MURAT *İstanbul Üniversitesi*
Prof. Dr. Hamdi MOLLAMAHMUTOĞLU *Çankaya Üniversitesi*
Prof. Dr. Ahmet SELAMOĞLU *Kocaeli Üniversitesi*
Prof. Dr. Haluk Hadi SÜMER *Selçuk Üniversitesi*
Prof. Dr. İnsan TUNALI *Koç Üniversitesi*
Prof. Dr. Cavide Bedia UYARGİL *İstanbul Üniversitesi*
Prof. Dr. Recep VARÇIN *Ankara Üniversitesi*
Prof. Dr. Erineç YELDAN *İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi*
Prof. Dr. Engin YILDIRIM *Anayasa Mahkemesi*

Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazar(lar)ına aittir.
Yayınlanan eserlerde yer alan tüm içerik kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.
The published contents in the articles cannot be used without being cited.

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Öğrencilerinin Gelecek, İstihdam ve Mesleğe İlişkin Metaforik Algıları

Metaphoric Perceptions of Labor Economics and Industrial Relation Students on the Future, Employment and Occupation

Seda Topgül¹

Öz

Bir kavramın bireyde oluşturduğu anlamı ifade eden metafor kavramı son dönemlerde sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılmaktadır. Bir kavramın başka bir kavram ile açıklanması temeline dayanan metafor, bir zihinsel üretim sürecidir. Bu araştırmanın amacı çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bölümü öğrencilerinin “gelecek”, “meslek” ve “istihdam kavramlarına ilişkin sahip oldukları algılarını metaforlar aracılığı ile ortaya koymaktır. Araştırmanın sonuçlarına göre, çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bölümü öğrencileri geleceğe tereddütle bakmaktadır, gelecek kavramını sürpriz yumurta, labirent, yol gibi kavramlarla eşleştirmektedir. Buna karşın geleceği umut, ışık, güneş gibi metaforlar ile açıklayan, ümit ile geleceğe bakan öğrenciler de bulunmaktadır. Bazı öğrenciler ise geleceği bir bilinmezlik olarak değerlendirmektedir. Bu öğrencilerinde “yol”, “gemi”, “kumar”, “kum saati” gibi metaforlar kullanılmaktadır. Gelecek için toplamda 58 adet geçerli metafor üretilmiştir. İstihdam kavramı için 41, meslek kavramı için ise 43 adet geçerli metafor üretilmiştir. İstihdam kavramı için üretilen metaforlar yaşamdaki bir eksiğin tamamlanması üzerinde durmaktadır. Yara bandı, tuğla, puzzle, lego gibi metaforlar ile açıklanmıştır. Meslek kavramında ise güveni çağrıştıran anne, baba, sevgili, dağ, ağaç gibi metaforlara yer verilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Metafor Analizi, Kelime İlişkilendirme, Gelecek, İstihdam, Meslek, Metaforik Düşünme

Abstract

The concept of metaphor which means the meaning built up in an individual has been often used in the social sciences recently. Expressing a concept with another concept, metaphor is a mental production process. The purpose of this study is to reveal the perceptions of labor economics and industrial relations students on the concepts of “future”, “occupation”, and “employment” with the help of metaphors. Based on the obtained results of the research, the students of labor economics and industrial relations see the future doubtfully and match the concept of future with concepts like surprise egg, maze, and road. However, there also exists students expressing the future with hope, light, sun concepts and see it with prospect. Some students consider the future as an uncertainty. These students also prefer metaphors such as “road”, “ship”, “gambling”, “sandglass”. A total of 58 valid metaphors were created for the future. 41 metaphors were created for employment, while 43 were provided for occupation. The metaphors regarding employment concept were on the basis of completing a deficit in the life. It was expressed with band-aid, brick, puzzle, Lego, etc. concepts. Concept of occupation included metaphors like mother, father, lover, mountain, tree which evoke trust.

Keywords: Metaphor Analysis, Word Association, Future, Employment, Occupation, Metaphoric Thinking

¹Yrd. Doç. Dr., Gaziosmanpaşa Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, seda.topgul@gop.edu.tr

Giriş

Metaforlar algılanan kavramlara ilişkin bazı yorumları öne çıkarırken bazılarını geri planda tutulmasını sağlar. Metafor bir zihin mekanizması olarak ifade edilebilir. Bu mekanizma kavramları bildiğimiz ve tecrübe ettiğimiz şekilde ifade edebilmemize olanak sağlar. Lakoff ve Johnson'un (1980: 196-197) metafor kavramını kavramsal, varlıksal ve yönelimsel olarak çeşitli türlere ayıran çağdaş metafor teorisi geliştirilmiştir. Teoriye göre, metafor sadece ifade edilen dil değildir, düşünme ve eylemlerde kullandığımız kavramlardır (Tulunay Ateş, 2016: 80).

Metafor Yunanca "taşımak", "aktarmak" anlamına gelen "metapherein" sözcüğü ile ifade edilmektedir (Akbaba Altun ve Apaydın, 2013: 329). Latince kökenli bir terim olan metaforun İngilizcede ise iki karşılığı bulunmaktadır. Anahtar olarak kullanılan bir kelime ya da kelime gurubunun kendisine benzeyen bir başka kelime ya da kelime gurubuna transfer edilmesi olarak ifade edilir. Diğer bir karşılığı ise kavramsal olarak ortaya konulan kelime ya da kelime gurubunun sembol olarak ifade edilmesidir. Kısaca var olmayan bir dili kullanmak ve karmaşık ifadeler ile anlamlar üretmek denilebilir (Akşehirli, 2005; Alpaslan Danışman, 2015: 48). Luborsky (1998: 327) metaforun yaşamın her alanında var olan olaylar arasındaki bağlantıların bütünlük duygusunun devam ettirilmesi amacıyla hizmet ettiğini belirtmektedir. Lakoff ve Johnson'da (1980: 312) metaforun "kendin" ve "diğeri" arasında bir ilişki yarattığını belirtir ve birşeyin bir başka açıdan anlaşılması ve değerlendirilmesi olduğunu ifade eder. Bu ilişki kurma süreci ise, öncelikle kişinin kavramı algılama düzeyi ile ilgilidir. Kişi kavramı algılar, bilişsel yetenekleri doğrultusunda şekillendirir ve dilsel yapıya dönüştürerek metaforları üretmektedir. Metaforlar kişilerin zihinsel kalıplarına bizi götürürken, değişimin merkezinde temel düşünce yer almaktadır. İnsanların öncesinde yaşadıklarını ve temel düşüncelerini bilmek yarattıkları metaforları anlamak açısından önemlidir (Alpaslan Danışman, 2015: 54).

Şekil 1. Kişilerin Metafor Üretim Süreci



Metafor analizi yapılırken, kişilerin ürettikleri metaforların neden sonuç ilişkisi önem taşımaktadır. Kavramı açıklamakta metaforların rolünün ne olduğu ve metaforların arandığı bağlam araştırmacıların sahip oldukları deneyimler ve bakış açıları ile ortaya konmaktadır.

Şekil 2. Metafor araştırmalarının tasarımı



Kaynak: Alpaslan Danışman, 2015: 57.

Metaforların temel amacı zihinsel bağlantılar yoluyla varolan soyut bir kaynak alanı (Kövecses, 2002: 4) açıklamak için somut kavramlara yönelmektir. Bu sayede soyut kavramlar bilişsel bir yaratıcılık süreci ile somutlaştırılır (Hanson, 1993: 274).

Metaforların; varolan bir kavramı farklı bir kavram ile açıklama,

- Varolan kavramı benzetme yaparak farklı bir kavram ile betimleme

- Varolan kavramı farklı bir boyutta görme
- Varolan kavramı farklı bir bilişsel algı ile farklı bir kalıpta yorumlama gibi özellikleri bulunmaktadır (Tompkins ve Lawley, 2002: 2).

Alanyazın incelendiğinde metafor konusunda yapılan çalışmalar üç farklı kategoride toplanmaktadır.

1. Metaforların oluşturulması ve yapısını açıklamaya yönelik çalışmalar (Lakoff ve Johnson 2005, Morgan, 1998, Knowless ve Moon, 2006)
2. Özellikle eğitim alanında herhangi bir konunun öğretiminde metaforlardan yararlanmaya yönelik çalışmalar (Arslan ve Bayrakçı 2006, Özçınar ve Tuncay, 2009)
3. Bir kavrama ilişkin zihinsel algılamaların ortaya çıkarılmasında metaforların kullanımına yönelik çalışmalar (Balcı, 1999; Saban, 2009; Semerci, 2007; Dönmez, 2008; Yalçın ve Erginer; 2012; Ateş ve Karatepe, 2013).

Son dönemlerde yapılan çalışmalar çoğunlukla üçüncü kategoriye ait araştırmalardır. Bu araştırmanın temelinde de üçüncü kategori dâhilinde kavrama ilişkin zihinsel algılamaları değerlendirmektedir.

Bu araştırmanın yapılmasını gerekli kılan nedenler bulunmaktadır. Öncelikle literatür değerlendirildiğinde çalışmanın konusunu oluşturan çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri öğrencilerinin dört yıl boyunca iç içe olduğu temel kavramlar ve gelecek beklentilerinin araştırıldığı bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Bu araştırma öğrencilerin gelecek beklentilerini ve eğitim hayatları boyunca sürekli üzerinde durulan meslek ve istihdam gibi iki temel kavramı alışlagelmiş nicel araştırma tekniklerinin dışında bir yaklaşımla değerlendirme imkânı verdiği için önem taşımaktadır. Bu alışlagelmiş tekniklerin dışında kullanılan metafor tekniği ile öğrencilerin bu kavramlara ilişkin algılarının nasıl ve ne yönde olduğu sorularına yanıt verilmiştir. Metafor analizi ile öğrencilerin meslek, istihdam ve gelecek kavramları ile nasıl bağ kurduklarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu yüzden öğrencilerin kavramları nasıl algıladığını görmek için metaforik bir çalışma yapmak önemli görülmektedir.

1. Literatür Taraması

Tulunay Ateş (2016) öğrencilerin öğretmen ve okul metaforlarını değerlendirmiştir. Akbaba Altun ve Apaydın (2013) kız ve erkek öğretmen adaylarının eğitim kavramına ilişkin metaforik algılarını, Güler ve ark. (2012) matematik öğretmeni adaylarının matematik kavramına ilişkin metaforları, okul öncesi öğretmen adaylarının kimya metaforlarının karşılaştırılması şeklinde kesitsel olarak karşılaştıran çalışmalar da bulunmaktadır (Dönmez usta ve Ültay, 2015). Aynı şekilde kimya kavramına (Derman, 2014) ve fen eğitimi alanında (Ateş ve Karatepe, 2013) gerçekleştirilen metafor çalışmaları bulunmaktadır. Okul müdürü kavramı (Yalçın ve Erginer, 2012), kültür ve öğretmen kavramları (Çelikten, 2006), Ortaöğretim öğrencilerinin internet kavramı (Şahin ve Baturay, 2013), görsel sanatlar öğretmeni adaylarının öğretmenlik kavramı (Kalyoncu, 2012), görsel sanatlar öğretmeni adaylarının öğretmen ve sanatçı kavramı (Yalçın Wells, 2015), ortaokul öğrencilerinin fen ve teknoloji dersine ait kavramları (Minas ve Gündoğdu, 2013), yaşam boyu öğrenme kavramı (Güven, Yıldırım ve Çelen, 2015), çocuk gelişimi bölümü öğrencilerinin müdür kavramı (Pesen, Kara ve Gedik, 2015) ve üniversite öğrencilerinin öğretim elemanı kavramı (Demirtaş ve Çoban, 2014) üzerine sahip olunan zihinsel algılar metaforlar aracılığıyla betimlenmiştir. Hacıfazlıoğlu, Karadeniz ve Dalgıç (2011) okul yöneticilerinin teknoloji liderliğine ilişkin

algılarını metafor analizi yöntemi ile değerlendirmiştir. Aynı şekilde sınıf öğretmeni adaylarının değer kavramı (Aydın ve Sulak, 2015), Ortaöğretim ve üniversite öğrencilerinin doğa kavramı (Kahyaoğlu ve Kırıkaş, 2016) ve Eraslan'da (2011) sosyoloji öğrencilerinin sosyoloji kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforları ortaya koymuşlardır.

Metaforların örgüt ve yönetim araştırmalarındaki yeri üzerine de değerlendirmelerin yapılması gerektiğini ifade eden Alpaslan Danışman (2015: 45), bu şekilde örgüt buzdağının görünmeyen kısmının da ortaya konulabileceğini belirtmektedir. Tüketici davranışlarını anlama noktasında da Torlak (2008: 63) metaforların kullanılabilirliğini, bu şekilde postmodern tüketiciyi modern pazarlamaya yönelik tepkisi ile sivil itaatsizlik metaforu ile açıklamanın mümkün olabileceğini belirtmektedir.

Turizm sektöründe bulunan otel çalışanlarının sürdürülebilir turizm kavramına nasıl baktıklarının değerlendirilmedi de metafor çalışması ile gerçekleştirilmiştir. Keskin ve Örgün'ün (2015) yaptıkları çalışmaya göre, turizm sektöründe çalışanlar tarafından sürdürülebilir turizm kavramının anlaşılacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Nartgün ve Gökçer (2014) ise, formasyon eğitimi alan öğrencilerin gelecek, istihdam ve eğitim kavramlarına bakışlarını metafor yolu ile değerlendirmiştir. Sonuç olarak, öğrencilerin derin bir gelecek kaygısı yaşadıkları, KPSS sınavından dolayı geleceğe olumsuz baktıkları sonucuna ulaşmışlardır.

Metafor analizlerine yönelik farklı bir çalışma da hem Türkiye hem de Almanya örneklemi üzerinden "Yaratıcı Drama" kavramının metaforik değerlendirmesi yapılmıştır (Adıgüzel, 2009).

Sontag (2015) araştırmasında metafor olarak hastalık kavramını ele almış ve AIDS hastalığına ilişkin metaforları değerlendirmiştir.

Metafor analizi literatüründeki eğitim alanı dışında gerçekleştirilen bir diğer farklı çalışma ise, metaforun haber analizlerindeki kullanımı üzerine yapılan incelemedir. Çoban Keneş (2016) yaptığı bu inceleme Suriyelilerin haberleştirilmesinde ayrımcı bir hegemonya inşasında metafor kullanımı üzerinedir. Çoban Keneş (2016) haberlerdeki eleştirel söylemlerde metaforların kullanımına odaklanmıştır.

2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı Gaziosmanpaşa Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünde öğrenim gören öğrencilerin gelecek, istihdam ve meslek hakkında sahip oldukları algıları metaforlar yoluyla ortaya koymasının sağlanmasıdır. Alanyazın incelendiğinde metaforların çoğunlukla eğitim bilimleri alanında kullanıldığı görülmektedir. Son dönemlerde farklı alanlarda da kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal bilimler alanı birbiri ile yakın ilişki içerisindedir. Özellikle İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinin alt bölümleri olarak yer alan ve üniversiteden üniversiteye değişiklik gösteren bölümler bulunmaktadır. Fakültelerdeki alt bölümler olmasına rağmen ilk iki yıl benzer ortak ders bulunmaktadır. Genel algı ise İktisadi ve İdari Bilimler Fakülte mezunlarının iktisat ya da işletme bölümü mezunu olduğu algısıdır. Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bölümü, işletme ve iktisat gibi daha yaygın bölümlerin etkisi altındadır. Ülkemizde popüler olmaya başlayan çalışma ekonomisi bölümündeki öğrencilerin geleceğe yönelik kavramları algılaması önem taşımaktadır. Bu çalışma ile metafor analizi çalışmalarında önemli bir eksikliğin giderileceği düşünülmektedir. Bu genel amaçlar çerçevesinde aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri öğrencileri gelecek, istihdam ve meslek kavramlarına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler nelerdir?
2. Bu zihinsel imgeler sonucu ortaya koydukları metaforlar hangi kavramsal kategoriler altında toplanabilir?

3. Yöntem

Metafor analizi ile nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Nitel çalışma var olan kavramlar üzerine kişilerin zihinsel algılarının metaforlar yolu ile ortaya konmasını sağlayacaktır. Bu yüzden çalışma fenomenolojik olarak desenlenmiştir.

3.1. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma gurubu 2015-2016 öğretim yılında Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümünde öğretim gören normal ve ikinci öğretimde okuyan toplam 196 öğrenciden rastgele örneklem seçimi yöntemi ile seçilen 60 öğrenci ile araştırma gerçekleştirilmiştir.

3.2. Verilerin Toplanması

Veriler öğrencilere anahtar kavramlar için açık uçlu cümle tamamlanması yöntemi ile toplanmıştır. Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri öğrencileri için bir form hazırlanmış ve öğrencilere cümleleri tamamlamaları için bir ders saati kadar izin verilmiştir. Öğrencilerden anlamlı metaforlar üretenlerin cümleleri araştırmaya dâhil edilmiştir. Metaforlardaki sebep sonuç ilişkisi araştırma da yer alması açısından önem taşımaktadır.

3.3. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Geliştirilen metaforlar beş aşamada analiz edilmiştir.

- Kodlama ve ayıklama, net ya da açık bir şekilde ifade edilmeyen ya da boş bırakılan kağıtlar değerlendirmeye alınmamıştır. Verilerin kodlanması aşamasında metaforlar ve açıklamaları toplanmıştır. Bölümü en iyi yansıtacak kavram bulunmaya çalışılmıştır (Akbaba Altun ve Apaydın, 2013: 334).

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Görüşlerinin Kodlanması

| Kod No | Metafor | Açıklama | Kodlama |
|--------|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| K 1 | Gelecek ışık gibidir | Çünkü yarınları aydınlatır | İşık Aydınlatmak Yarın |

- Metafor imgesi toplama, gelecek, istihdam ve meslek ile ilgili metafor imgeleri toplanmıştır.
- Kategori geliştirme, üretilen metaforlar özellikleri bakımından temalandırılmıştır. Bu aşamada metafor, konusu kaynağı ve konu ile kaynak arasındaki ilişki (Sezgin Nartgün ve Gökçer, 2014: 60) açısından incelenerek kaynak konu arasında ilişki bulunmayan metaforlar analizden çıkarılmıştır (Hacıfazlıoğlu, Karadeniz ve Dalgıç, 2011: 103).
- Yapılan değerlendirmeler sonucunda kategoriler oluşturulmuştur.
- Kategorilerin geçerliği ve güvenilirliği sağlanması amacı ile veriler rapor edilerek uzman görüşüne başvurulmuştur (Tulunay Ateş, 2016: 81).

4. Bulgular

Bu bölümde öğrencilerin gelecek, istihdam ve meslek kavramlarına ilişkin oluşturdukları metaforlara yer verilmiştir. Çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bölümü öğrencileri gelecek kavramı için toplamda 56, istihdam kavramı için 41 ve meslek kavramı için 43 geçerli metafor üretmişlerdir. geçerli metafor üretmişlerdir.

4.1. Gelecek Kavramına Yönelik Oluşturulan Kategoriler

Gelecek kavramına ilişkin toplamda 58 geçerli metafor oluşturulmuştur. Bu metaforlardan en sık tekrar edilenleri ise umut, güneş, ışık gibi olumlu kavramlar ile hayal, meyve, su, yol gibi bilinmezlik içeren kavramlardan oluşmaktadır. Karanlık metaforu da olumsuz bakış açılarının en sık tekrar edilen kelimesi olmuştur.

Tablo 2: Öğrencilerin Gelecek Kavramı Hakkında Oluşturdukları Metaforlar

| Metafor | Frekans | Metafor | Frekan s | Metafor | Frekans |
|-----------------|---------|-----------|-------------|-----------------|-----------|
| Asansör | 1 | Güneş | 3 | Mutluluk | 1 |
| Aydınlık | 1 | Işık | 3 | Nehir | 1 |
| | | | | Oyun | 1 |
| Ayna | 1 | İlaç | 1 | Oyun Hamuru | 1 |
| Banka hesabı | 1 | Kalem | 1 | Oyuncak | 1 |
| Belirsizlik | 1 | Karanlık | 2 | Pencere | 1 |
| | | | | Rüya | 1 |
| Beyaz bir sayfa | 1 | Kaygı | 1 | Su | 2 |
| Cips paketi | 1 | Kitap | 1 | Sürpriz yumurta | 1 |
| Çay | 1 | Kum saati | 1 | Tarla | 1 |
| Çocuk | 1 | Kumar | 1 | Tecrübe | 1 |
| Ev | 1 | Labirent | 1 | Tesbih | 1 |
| Gaz Lambası | 1 | Masal | 1 | Tüneldeki ışık | 1 |
| Gemi | 1 | Meyve | 2 | Umut | 3 |
| Gizem | 1 | Memurluk | 1 | Yol | 2 |
| Hayal | 3 | Mum | 1 | Yüzük | 1 |
| Gökkuşığı | 1 | Muz | 1 | TOPLAM | 58 |
| | | Kabuğu | | | |

Tablo 2 incelendiğinde öğrencilerin geleceğe yönelik çeşitli metaforlar ürettikleri görülmektedir. Üretilen metaforlar okudukları bölüm sonucunda kendilerinin beklentileri doğrultusunda değişiklik göstermektedir.

Tablo 3: Gelecek Metaforunun Kategorilere Göre Dağılımı

| Kategoriler | Metaforlar |
|-------------------------------------|---|
| Umut Unsuru Olma | Aydınlık, mutluluk, ışık, hayal, umut |
| Gök cisimleri Unsuru Olma | Güneş, gökkuşığı |
| Aracı Unsuru Olma | Asansör, gemi, yüzük, kalem, banka hesabı, ilaç, oyun |
| Şekillendirici Unsurlar Olma | Meyve, su, ev, oyun hamuru, beyaz bir sayfa, çay, çocuk |

| | |
|--------------------------|--|
| Yol Gösterici Unsur Olma | Tüneldeki ışık, yol, tecrübe |
| Yansıtıcı Unsur Olma | Ayna, mum, tarla, pencere, masal |
| Belirsizlik Unsuru Olma | Belirsiz, kitap, kumar, labirent, sürpriz yumurta, nehir, su, gizem |
| Olumsuzluk Unsuru Olma | Cips paketi, gaz lambası, karanlık, kaygı, kum saati, muz kabuğu, rüya, yol |
| Etkisiz Unsur Olma | Memurluk, oyuncak, tespih |

Geleceğe ilişkin üretilen metaforlar dokuz kategoride toplanmıştır.

Kategori 1. Umut Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 11 katılımcı ve 5 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; umut (3), hayal (3), ışık (3), aydınlık (1) ve mutluluk (1) dur. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek umut verir ve aydınlatır.

"Gelecek ışık gibidir. Çünkü ömrümüzü aydınlatır", "Gelecek umuttur. Çünkü, her yeni gün yeni başlangıçları getirir", "Gelecek hayal gibidir. Çünkü düşlediğimiz şeyler zamanla gerçekleşir", "Gelecek hayal gibidir. Çünkü hayaller gerçekleşince herşey olur".

Kategori 2. Gök cisimleri Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 4 katılımcı ve 2 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; güneş (3) ve gökkuşağı (1)'dir. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek gök cisimlerine benzetilmiştir.

"Gelecek gökkuşağı gibidir. Çünkü ne zaman, nerede göreceğimiz belli olmaz. Her rengi ile her zaman karşımıza çıkabilir", "Gelecek güneş gibidir. Çünkü her gün yeniden doğar ve batar", "Gelecek güneş gibidir. Çünkü biz istesekte istemesekte yeniden doğar".

Kategori 3. Aracı Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 7 katılımcı ve 7 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; asansör (1), gemi (1), yüzük (1), kalem (1), banka hesabı (1), ilaç (1) ve oyun (1) dur. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek, iyi ya da kötü verilen kararlara göre şekillenen bir yapıdır ve bu yapıyı oluştururken kullanılan araçlar belirtilmiştir.

"Gelecek asansör gibidir. Çünkü, hangi kata inip hangi kata çıkacağımıza biz karar veririz", "Gelecek gemi gibidir. Seni bilmediğin birçok ülkeye birçok adaya götürür. Gemini kaybetmezsen istediğin ülkede kalıp yaşama şansın olur. Eğer gemini kaybedersen mecburen bırakıldığın yerde kalmak zorunda kalırsın", "Gelecek kalem gibidir. Çünkü ucu kırılrsa da kontrol sendedir. Ucunu açıp istediğini yazabilirsin", "Gelecek banka hesabı gibidir. Çünkü, ne kadar yatırım yaparsan, o kadar birikim ve kar elde edersin", "Gelecek oyun gibidir. Çünkü her yaşanmışlıkla bir level atlarsın".

Kategori 4. Şekillendirici Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 9 katılımcı ve 7 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; meyve (2), su (2), ev (1), oyun hamuru (1), beyaz bir sayfa (1), çay (1) ve Çocuk (1) dur. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek kişiler tarafından şekillendirilebilir.

"Gelecek oyun hamuru gibidir. Çünkü istediğin şekli vermek senin elindedir", "Gelecek çocuk gibidir. Çünkü yeni şeyler öğrendikçe büyür, gelişir", "Gelecek yeni inşa edilen bir ev gibidir. Nasıl yapacağımız ya da hangi malzemeleri kullanacağımız tamamen bize kalmıştır".

Kategori 5. Yol Gösterici Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 4 katılımcı ve 3 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; tüneldeki ışık (1), yol (2) ve tecrübe (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek yol gösteren bir unsurdur.

"Gelecek tüneldeki ışık gibidir. Çünkü ışığı görmek için sonuna kadar dosdoğru gitmek gerekir", "Gelecek yol gibidir. Çünkü sonuna varmak için çok yürümek gerekir", "Gelecek tecrübedir. Çünkü hatalar yapsak da bir şeyler öğrenir ve yolumuza devam ederiz", "Gelecek yol gibidir. Çünkü başı ve sonu belli değildir ve doğru yoldan devam edebilmek için tabelalara ihtiyacımız vardır".

Kategori 6. Yansıtıcı Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 5 katılımcı ve 5 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; ayna (1), mum (1), tarla (1), pencere (1) ve masal (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek bugün yapılanların karşılığıdır.

"Gelecek ayna gibidir. Çünkü yaptıklarımıza baktıkça kendimizi görürüz", "Gelecek tarla gibidir. Çünkü ne ekersek onu biçeriz", "Gelecek pencere gibidir. Çünkü kirli ise hiçbirşey görünmez, temiz tutmak gereklidir", "Gelecek masal gibidir. Çünkü önce hayaller kurar, hayallerimizi masallarımızda yaşatırız".

Kategori 7. Belirsizlik Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 9 katılımcı ve 8 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; belirsiz (1), kitap (1), kumar (1), labirent (1), sürpriz yumurta (1), nehir (1), su (2) ve gizem (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek belirsizlik içermektedir.

"Gelecek belirsizdir. Çünkü bize sürprizler yapar", "Gelecek kitap gibidir. Sayfayı çevirmeden ne olacağını anlayamazsın", "Gelecek labirent gibidir. Çünkü girdiğin yerin çıkışa giden doğru yer olduğundan emin olamazsın", "Gelecek sürpriz yumurta gibidir. Çünkü ne kadar merak etmekte içinde ne olduğunu açmadan bilemeyiz", "Gelecek su gibidir. Çünkü hangi yoldan akacağı belli olmaz".

Kategori 8. Olumsuzluk Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 9 katılımcı ve 8 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; cips paketi (1), gaz lambası (1), karanlık (2), kaygı (1), Kum saati (1), muz kabuğu (1), rüya (1) ve yol (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre gelecek olumsuzluk ifade etmektedir. Verilen cevaplarda katılımcılar geleceğin çok çabuk geldiğini ve aslında beklenildiği kadar iyimserlik taşımadığını ifade eden metaforlara yer vermişlerdir.

"Gelecek cips paketi gibidir. Çünkü açtığında yarısından fazlası havadır", "Gelecek gaz lambası gibidir. Ne kadar kendini güvenceye alırsan al, zamana uyum sağlayamazsan karanlıkta kalırsın", "Gelecek muz kabuğu gibidir. Dikkat etsen bile uzun süre düşmeden kalamazsın", "Gelecek karanlıktır. Eğer elinde seni aydınlatacak birşey yoksa hiçbir şey göremezsın".

Kategori 9. Etkisiz Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 3 katılımcı ve 3 metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; memurluk (1), oyuncak (1) ve tespih (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre geleceğin yaşama etkisinin olmadığına ilişkin metaforları içerir.

"Gelecek memurluk gibidir. Çünkü bugünün de yarının da hep aynı olur", "Gelecek oyuncak gibidir. Çünkü Her çeşidini almak ister sonra da onlarla oyalanır durursun", "Gelecek tespih gibidir. Çünkü çekersin çekersin sonu gelir yine başa dönersin. Aynı döngüde döner durursun".

4.2. İstihdam Kavramına Yönelik Oluşturulan Kategoriler

İstihdam kavramına ilişkin toplamda 41 geçerli metafor oluşturulmuştur. Bu metaforlardan en sık tekrar edilen "ev" metaforudur.

Tablo 4. Öğrencilerin İstihdam Kavramı Hakkında Oluşturdukları Metaforlar

| Metafor | Frekans | Metafor | Frekans | Metafor | Frekans |
|------------------|---------|-------------------|---------|---------------|-----------|
| Anne | 1 | Lego | 1 | Robot | 1 |
| Bina | 1 | Makine | 1 | Saç | 1 |
| Can simidi | 1 | Matematik | 1 | Su | 1 |
| Çaba | 1 | Merdiven | 1 | Suni teneffüs | 1 |
| Çiçek | 1 | Metrobüs | 1 | Tahta | 1 |
| Dolar | 1 | Meyve Sepeti | 1 | Tuğla | 1 |
| Dolmuş | 1 | Mutluluk | 1 | Vazo | 1 |
| Ekmek | 1 | Nar | 1 | Yara bandı | 1 |
| Ev | 2 | Otobüsteki koltuk | 1 | Yaşam | 1 |
| Futbol | 1 | Ödül | 1 | Yemek | 1 |
| Gemi | 1 | Özgürlük | 1 | Yıldız | 1 |
| Geri Kalmış Ülke | 1 | Parça | 1 | Zaman | 1 |
| Hayal | 1 | Patika yol | 1 | | |
| Köle | 1 | Puzzle | 1 | TOPLAM | 41 |

Tablo 4 incelendiğinde öğrencilerin istihdam kavramına ilişkin çeşitli metaforlar ürettikleri görülmektedir. Üretilen metaforların kategorileri Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. İstihdam Metaforunun Kategorilere Göre Dağılımı

| Kategoriler | Metaforlar |
|-----------------------------------|---|
| Güven Verici Unsur Olma | Anne, can simidi, özgürlük, bina, ev, yara bandı |
| İhtiyaç Duyulan Unsur Olma | Ekmek, yemek, su, yaşam, suni teneffüs |
| Umutsuzluk Unsuru Olma | Yıldız, geri kalmış ülke, futbol, parça, köle, matematik, meyve sepeti, otobüsteki koltuk |
| Yaşamın Parçası Olma | Çaba, çiçek, dolmuş, lego, makina, metrobüs, puzzle, robot, saç |
| Belirsizlik Unsuru Olma | Dolar, gemi, hayal, patika yol, tuğla, zaman |
| Gelişim Unsuru Olma | Merdiven, mutluluk, nar, ödül, tahta, vazo |

Tablo 5'te görüldüğü üzere istihdama ilişkin 41 adet geçerli metafor üretilmiştir. Metaforlar için 6 farklı kategori oluşturulmuştur. Oluşturulan kategoriler istihdamın, güven verici, yaşamın bir parçası, ihtiyaç ve gelişim unsurları olarak 4 adet olumlu kategori içerisinde 27 metafor üretilmiştir. İstihdamın belirsizlik unsuru olarak görüldüğü 6 adet metafor ve umutsuzluk unsuru olarak görüldüğü 8 metafor bulunmaktadır.

Kategori 1. Güven Verici Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 7 katılımcı ve 6 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; anne (1), can simidi (1), özgürlük (1), bina (1), ev (2) ve yara

bandı (1) dır. Bu kategorideki metaforlara göre istihdam güven veren metaforlar ile açıklanmıştır.

"İstihdam anne gibidir. Çünkü kendini güvende hissedersin", "İstihdam can simidi gibidir. Çünkü yüzmeyi bilmesen de hayatta kalırsın", İstihdam özgürlük gibidir. Çünkü geleceğin senindir", "İstihdam bina gibidir. Çünkü eğer sağlam inşa edersen, bir ömür boyu rahat edersin", "İstihdam ev gibidir. Çünkü çatının altına girdin mi huzurlu olursun", "İstihdam ev gibidir. Çünkü her zaman mutlu bir sofrada oturabilirsin", "İstihdam yara bandı gibidir. Çünkü bütün yaralarını kapatabilir".

Kategori 2. İhtiyaç Duyulan Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 5 katılımcı ve 5 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; ekmek (1), yemek (1), su (1), yaşam (1) ve suni teneffüs (1) dür. Bu kategorideki metaforlara göre istihdam yaşamdaki en temel ihtiyaçtır.

"İstihdam yemek gibidir. Çünkü yemeden hayatını devam ettiremezsin", "İstihdam suni teneffüs gibidir. Çünkü en zor anında seni yaşatır".

Kategori 3. Umutsuzluk Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 8 katılımcı ve 8 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; geri kalmış ülke (1), futbol (1), parça (1), köle (1), matematik (1), meyve sepeti (1) ve otobüsteki koltuk (1) dur. Bu kategorideki metaforlara göre istihdam umutsuzluk veren metaforlar ile açıklanmıştır.

"İstihdam geri kalmış ülke gibidir. Çünkü ne yaparsan yap gelişmiş ülkeler gibi olamazsın", "İstihdam futbol gibidir. Çünkü her an seni yedekte bırakabilir", "İstihdam köle gibidir. Çünkü saatlerce çalışmayı ve emir almayı gerektirir", "İstihdam otobüsteki koltuk gibidir. Çünkü uzun yolda bütün koltuklar dolduğunda ayakta gitmek zorunda kalırsın", "İstihdam meyve sepeti gibidir. Çünkü içinde pahalı, ucuz çok farklı meyveler olmasına rağmen hepsinin kaderi birinin onları yemesidir".

Kategori 4. Yaşamın Parçası Olma

Bu kategoriyi toplamda 9 katılımcı ve 9 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; çaba (1), çiçek (1), dolmuş (1), lego (1), makina (1), metrobüs (1), puzzle (1), robot (1) ve saç (1) dır. Bu kategorideki metaforlara göre istihdam yaşamdaki eksik bir parçayı tamamlamaktadır.

"İstihdam dolmuş gibidir. Çünkü mutlaka binmek zorundasın ama ayakta da olsa gitmeye razısındır", "İstihdam lego gibidir. Çünkü her parça mutlaka bir yere uyar", "İstihdam metrobüs gibidir. Çünkü başkalarını ezerek de olsa binersin", "İstihdam puzzle gibidir. Çünkü tamamlamak için bütün parçaları doğru yere koymak zorundasın", "İstihdam saç gibidir. Çünkü bakmazsan karışır gider".

Kategori 5. Belirsizlik Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 6 katılımcı ve 6 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; dolar (1), gemi (1), hayal (1), patika yol (1), tuğla (1) ve zaman (1) dır. Bu kategorideki metaforlara göre istihdam ne istenildiği bilinen anacak sonucu tahmin edilemeyen bir kavramdır.

"İstihdam dolar gibidir. Çünkü ne zaman artar ne zaman azalır hiç belli olmaz", "İstihdam patika yol gibidir. Çünkü kestirmeden gitmek için girersin, ya doğru yolu bulursun ya da kaybolursun", "İstihdam tuğla gibidir. Ev yapmak için üst üste koyarsın. Sonunda ya villa olur ya da tek katlı bir ev", "İstihdam gemi gibidir. Çünkü gitmek istediğin yere gittiği için binersin ama eğer kaptan değilsen, hangi limana yanaşacağını ve orada kalacağını sadece kaptan bilir".

Kategori 6. Gelişim Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 6 katılımcı ve 6 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; vazo (1), tahta (1), nar (1), mutluluk (1), merdiven (1) ve Ödül (1) dür. Bu kategorideki metaforlara göre istihdam kişiye güç veren ve olumlu anlamda gelişimini sağlayan metaforlar ile açıklanmıştır.

"İstihdam vazo gibidir. Çünkü ne kadar dolu olursa o kadar sağlam durur", "İstihdam tahta gibidir. Çünkü yonttukça ortaya çok güzel şeyler çıkar", "İstihdam nar gibidir. Çünkü büyüdükçe içinde o kadar çok tane biriktirir", "İstihdam merdiven gibidir. Çünkü her basamakta bir adım daha yukarı çıkarsın".

4.3. Meslek Kavramına Yönelik Oluşturulan Kategoriler

Meslek kavramına ilişkin olarak 43 metafor üretilmiştir. Bu metaforlardan frekansı en yüksek olan "altın bilezik" metaforudur. Katılımcılar mesleği altın bilezik, mücevher, pahalı elbise, parfüm gibi değerli metaforlara benzetmişlerdir.

Tablo 6.Öğrencilerin Meslek Kavramı Hakkında Oluşturdukları Metaforlar

| Metafor | Frekans | Metafor | Frekans | Metafor | Frekans |
|---------------|---------|---------------|---------|----------------|-----------|
| Ağaç | 1 | Değerli Taş | 1 | Modifiye araba | 1 |
| Altın Bilezik | 3 | Demir | 1 | Mücevher | 1 |
| | | Dost | 1 | | |
| Anne | 1 | Duvar Boyamak | 1 | Ödül | 1 |
| Ansiklopedi | 1 | Elma | 1 | | |
| Aşk | 1 | Gıda | 1 | Pahalı elbise | 1 |
| Ayna | 1 | Gökkuşluğu | 1 | Parfüm | 1 |
| Baba | 1 | Gündüz | 1 | Poster | 1 |
| Can simidi | 1 | İlaç | 1 | Pranga | 1 |
| Ceviz | 1 | Kağıt | 1 | Sevgi | 1 |
| Çanta | 1 | Kaleci | 1 | Sevgili | 1 |
| Çıkış Kapısı | 1 | Kapı | 1 | Sigorta | 1 |
| Çınar ağacı | 1 | Kimlik | 1 | Yokuş | 1 |
| Dağ | 1 | Liman | 1 | | |
| Dağa | 1 | Maden | 1 | TOPLAM | 43 |
| Tırmanmak | | | | | |

Tablo 6'da katılımcıların mesleğe ilişkin metaforları yer almaktadır. Üretilen metaforların 7 kategori altında toplanmaktadır. Toplandığı kategoriler ise Tablo 7'de gösterilmektedir.

Tablo 7. Meslek Metaforunun Kategorilere Göre Dağılımı

| Kategoriler | Metaforlar |
|--------------------------------|--|
| Değer Unsuru Olma | Altın bilezik, mücevher, ödül, parfüm, değerli bir taş, maden, pahalı elbise, demir, kağıt |
| Emek Verilen Unsur Olma | Ağaç, ansiklopedi, duvar boyamak, yokuş, dağa tırmanmak, sevgi |
| Güven Verici Unsur Olma | Anne, baba, can simidi, çınar ağacı, dağ, kaleci, kapı, liman, sigorta |

| | |
|------------------------------------|--|
| Kurtarıcı Unsur Olma | Mont, ceviz, çıkış kapısı, gıda, gündüz, ilaç |
| Peşinden Gidilen Unsur Olma | Aşk, sevgili, pranga |
| Etkisiz Unsur Olma | Çanta, modifiye araba, elma |
| Yansıtıcı Unsur Olma | Ayna, gökkuşağı, kimlik, poster, dost |

Kategori 1. Değer Unsuru Olma

Bu kategoriyi toplamda 11 katılımcı ve 9 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; altın bilezik (3), mücevher (1), ödül (1), parfüm (1), değerli bir taş (1), maden (1), Pahalı elbise (1), kağıt (1) ve demir (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre meslek maddi anlamda değerli görülen metaforla ile açıklanmıştır.

"Meslek altın bilezik gibidir. Çünkü her geçen gün değeri artar", "Meslek mücevher gibidir. Çünkü ne kadar pahalı ve değerli olursa o kadar seni güvende tutar ve mutlu eder", "Meslek verilen bir ödül gibidir. Çünkü kendini başkalarından daha farklı ve değerli hissettirir", "Meslek pahalı bir parfüm gibidir. Çünkü öncesinde çok para verirsin ama tüm güzel kokusu ile etrafa yayıldığında herkes sana bakar", "Meslek maden gibidir. Çünkü doğru yeri kazarsan değerli madenlere ulaşabilirsin", "Meslek demir gibidir. Çünkü başta değersiz görünür ama doğru işlersen paha biçilemez sanat eserlerine dönüşebilir", "Meslek kağıt gibidir. Çünkü yırtıp atabilirsin de, üstüne para da basabilirsin".

Kategori 2. Emek Verilen Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 6 katılımcı ve 6 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; ağaç (1), ansiklopedi (1), duvar boyamak (1), yokuş (1), dağa tırmanmak (1) ve sevgi (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre meslek emek verildiğinde kişinin kendini geliştirebileceği metaforlar ile açıklanmıştır.

"Meslek ağaç gibidir. Çünkü kaliteli tohum ekip zamanında budamazsan yeterli verim alamazsın ve iyi meyve yiyemezsin", Meslek ansiklopedi gibidir. Çünkü araştırdıkça öğrenir, öğrendiklerini biriktirir ve gelişirsin", "Meslek duvar boyamak gibidir. Çünkü her yeni katta daha kusursuz olur", "Meslek yokuş gibidir. Çünkü çıkarken zorlanırsın ama yine de çıkarsın", "Meslek dağa tırmanmak gibidir. Çünkü bütün zorluklara rağmen zirveyi görmek istersin".

Kategori 3. Güven Verici Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 9 katılımcı ve 9 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; anne (1), baba (1), can simidi (1), çınar ağacı (1), dağ (1), kaleci (1), kapı (1), sigorta (1) ve liman (1) dir. Bu kategorideki metaforlara göre meslek güven veren güvenilebilecek kavramlar ile ifade edilmektedir.

"Meslek anne gibidir. Çünkü her zaman yanında olduğundan güvende hissedersin", "Meslek baba gibidir. Çünkü ne olursa olsun hep arkadadır", "Meslek can simidi gibidir. Yüzme bilmesen de boğulmazsın", "Meslek iyi bir kaleci gibidir. Çünkü bütün topları kurtarabilir ve gol yemezsin", "Meslek liman gibidir. Çünkü hep yerinde durur ve bütün gemiler ona uğrar", "Meslek sigorta gibidir. Çünkü iyi günlerde parasını ödersin ama kötü günlerde de karşılığını alırsın".

Kategori 4. Kurtarıcı Unsur Olma

Bu kategoriyi toplamda 6 katılımcı ve 6 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; mont (1), ceviz (1), çıkış kapısı (1), gıda (1), gündüz (1) ve ilaç

(1) dır. Bu kategorideki metaforlara göre meslek zor zamanlardaki kurtarıcı unsurlar ile ifade edilmektedir.

"Meslek mont gibidir. Çünkü eğer hava soğuksa giymezen üşürsün, "Meslek ceviz gibidir. Çünkü kabuğu serttir ama kırıldığında sağlığım için çok faydalı vitaminler içerir", "Meslek çıkış kapısı gibidir. Çünkü zor anlarında çıkıp gidebilirsin", "Meslek ilaç gibidir. Çünkü hafif ya da ağır her hastalık için mutlaka bir ilaç vardır".

Kategori 5. Peşinden Gidilen Unsur Olma

Bu kategoriye toplamda 3 katılımcı ve 3 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; aşk (1), sevgili (1) ve pranga (1) dır. Bu kategorideki metaforlara göre meslek ya peşinden gelen ya da peşinden gidilen unsurlar ile ifade edilmektedir.

"Meslek aşk gibidir. Çünkü en doğrusunu bulmak için birçok kere peşinden koşarsın", Meslek sevgili gibidir. Çünkü seni terk etse de peşindedir", "Meslek pranga gibidir. Çünkü bir kere ayağına takıldı mı her zaman peşindedir".

Kategori 6. Etkisiz Unsur Olma

Bu kategoriye toplamda 3 katılımcı ve 3 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; çanta (1), modifiye araba (1) ve elma (1) dır. Bu kategorideki metaforlara göre meslek etkisiz bir unsur olarak görülmektedir.

"Meslek çanta gibidir. Çünkü sürekli yanında taşırsın ama gereksiz herşey vardır", "Meslek modifiye araba gibidir. Çünkü gerçekte beş para etmez ama hayal ettiğin şekilde içini yapmak için hem zaman hem de para harcarsın", "Meslek elma gibidir. Çünkü yemek için alırsın ama zamanla yemezsen çürür gider".

Kategori 7. Yansıtıcı Unsur Olma

Bu kategoriye toplamda 5 katılımcı ve 5 farklı metafor temsil etmektedir. Bu kategorideki metafor imgeleri; ayna (1), gökkuşağı (1), kimlik (1), poster (1) ve dost (1) dur. Bu kategorideki metaforlara göre meslek kişinin kendisini yansıtan yansıtıcı bir unsur olarak ifade edilmektedir.

"Meslek ayna gibidir. Çünkü baktığında kendini görürsün", "Meslek kimlik gibidir. Çünkü tamamen seni tanımlar ve gösterir", "Meslek poster gibidir. Çünkü hayran olduğun için asarsın ve sürekli ona benzemeye çalışırsın". "Meslek dost gibidir. Çünkü sana benzer ve hem iyi hem de kötü gününde yanındadır".

Sonuç

Metaforlar gerçekte var olan kavramların kişilerin yaşadığı çevre, kişisel özellikleri ve tecrübeleri yolu ile nasıl algılandığının ortaya konulmasında önem taşımaktadır. Metaforlar kişilerin zihinsel algılarını ortaya çıkarma sürecinde, algıları anlamlandıran yaratım sürecini de beraberinde getirmektedir. Var olan bir olgu öncelikle kişinin bilişsel algılaması ile bilişsel yeteneklerinin ortaya konması, sonrasında da ortaya çıkan aynı olgunun farklı bir yaratımı ile dilsel sürecin başlamasına kadar gelen bir süreçler bütünü olarak ifade edilebilir. Son dönem araştırmaların çoğunda metaforların kullanıldığı görülmektedir. Böylece metaforlar yolu ile bilinen genel kavramların kişiler için anlamları ortaya konulmakta ve gerekli çıkarımlarda bulunmaktadır. Özellikle eğitim alanında yapılan metaforik çalışmaların

zamanla yönetim araştırmalarında, medya çalışmalarında ve diğer farklı alanlarda da kullanıldığı görölmektedir.

Bu araştırmada Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi'nde eğitim gören Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümü öğrencilerinin gelecek, istihdam ve meslek kavramlarına ilişkin metaforik algılarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu sayede öğrencilerin gelecek beklentilerinin metaforik analizleri yapılmıştır. Öğrencilerin kavramlara ilişkin çeşitli metaforlar üretmesi beklenmiş ve analiz edilen metaforlar çeşitli kategoriler altında toplanmıştır.

Öğrenciler gelecek kavramına ilişkin 58 adet metafor üretmişlerdir. Bu metaforlar 9 kategori altında toplanmıştır. Bu kategoriler, umut unsuru olma, gökcisimleri, aracı unsur olma, şekillendirici unsur olma, yol gösterici olma, yansıtıcı olma, belirsizlik unsuru olma, olumsuzluk unsuru olma ve etkisiz unsur olma kategorileridir. Kategoriler incelendiğinde bölüm öğrencilerinin geleceği hayallerine ulaşmada araç olarak gördükleri, onu istedikleri gibi şekillendirebilecekleri ve bu yüzden geleceğe umutlu baktıklarını ifadelerinden görmekteyiz. Diğer yandan bazı öğrencilerin ise gelecekte umutlu olmadıkları varolan belirsizliğin zihinlerinde olumsuz algılara neden olduğunu söylemek mümkündür.

İstihdam kavramına ilişkin yaratılan metaforlara bakıldığında, 6 kategori altında toplamak mümkündür. Bu kategoriler güven verici unsur olma, ihtiyaç duyulan unsur olma, umutsuzluk unsuru olma, yaşamın parçası olma, belirsizlik unsuru olma, gelişim unsuru değildir. Öğrenciler için istihdam edilmek eksik olan bir parçayı tamamlamak gibi yaşamın olması gereken bir parçasıdır. İstihdam yaşamı tamamlayan bir parça olmanın yanında kişiyi hedeflerine ulaştıran ve gelişimini sağlayan ve ihtiyaç duyulan bir parçadır. Bu anlamda öğrenciler için istihdam edilmek olması gereken bir eksiğin tamamlanmasıdır. İstihdam edilmek öğrenciler için maddi ve manevi bir güven unsuru olarak da görölmektedir. Ancak gelecek kavramına bakış açısında olduğu gibi belirsizliklerin bulunması, istihdam kavramına da olumsuz bakılmasına neden olmaktadır. Bu olumsuzluğa gelecek korkusunun da neden olduğu söylenebilir. Örneğin, "istihdam meyve sepeti gibidir. Çünkü içinde pahalı, ucuz çok farklı meyveler olmasına rağmen hepsinin kaderi birinin onları yemesidir" algısı kişinin ne yaparsa yapsın ya da ne kadar çabalarsa çabalasın sonucun değişmeyeceği inancı bulunmaktadır.

Meslek kavramına ilişkin oluşturulan toplam 43 adet metafor 7 kategori altında toplanmıştır. Genel olarak bakıldığında meslek sahibi olmak için emek verilmesi gerektiği, peşinden koşulması gerektiği ve mesleğin kurtarıcı olduğu algısı bulunmaktadır. Aynı zamanda meslek sahibi olmak kişiye güven veren çok değerli bir unsur olarak ifade edilmektedir. Öğrenciler mesleğin kişinin kişiliği yansıtan önemli bir kavram olduğu inancına da sahiptir. Ancak meslek sahibi olmanın önemli olmadığı görüşü de 3 öğrenci tarafından belirtilmiştir. Bu öğrencilere göre meslek sahibi olmak etkisi olmayan bir durum olarak görölmektedir.

Gelecek, istihdam ve meslek kavramlarına ilişkin metaforik algıların değerlendirildiği bu araştırmanın sonuçlarına göre, öğrencilerin bütün kavramlara ilişkin algıları olumludur. Özellikle meslek sahibi olmayı değerli görmektedirler. Gelecek ve istihdam kavramlarına bakış açılarının da çoğunlukla olumludur. Ancak her iki kavramın içerdiği belirsizlik algısı kimi öğrenciler için olumsuz ve karamsar bakış açılarına dönüştüğü sonucunu ortaya koyabiliriz.

Metafor analizi bir nitel araştırma yöntemi olduğu için doğası gereği genellenebilir bir nitelik taşımamaktadır. Ancak öğrencilerin cinsiyet, yaş, sınıf ve sosyo-ekonomik durum açısından farklı özelliklere sahip olduğu göz önünde bulundurularak, farklı algıların ortaya konulabilmesine imkân tanınmaktadır. Bu araştırma gerçekleştirilirken sadece öğrencilerin kavramlara ilişkin algılarının ortaya çıkarılması ve gelecek araştırmalara bir zemin oluşturulması amaçlanmaktadır. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölüm öğrencilerine yönelik ilk çalışma olması dolayısıyla veri toplanırken, metafor çalışmalarında yapılan bir yöntem olan “meslek...gibidir; çünkü..”, “istihdam....gibidir; çünkü...” ve “gelecek...gibidir, çünkü...” cümlelerini tamamlamaları istenmiştir. Bu yüzden öğrencilerin farklı sosyo-demografik özellikleri göz ardı edilmiştir. Ancak bundan sonra gerçekleştirilecek çalışmalarda, öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri ışığında ürettikleri metaforlar değerlendirilerek yapılacak bir çalışmanın, metafor analizi çalışmalarında rastlanmamış olduğundan önemli bir katkı sağlayacağı düşünölmektedir.

Araştırmada yer alan üç konuya ilişkin farklı algılarla üretilen metaforlar farklılaşmaktadır. Üretilen metaforların farklılaşması noktasında, özellikle istihdam ve meslek algısında olumlu algılamalar öne çıkmaktadır. Meslek kavramına bakış açısı toplumdaki kalıplaşmış “altın bilezik” metaforu ile belirtilmektedir. Diğer metaforlarda da “meslek” öğrenciler için kişiyi yansıtan, değer taşıyan, kurtarıcı olan bir kavramdır. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun bir meslek sahibi olmaya çok büyük değer verdiklerini söylemek mümkündür. Meslek sahibi olmayı hayallerine ve isteklerine ulaşmak için bir kurtarıcı olarak görmektedirler. İstihdam kavramı metaforları incelendiğinde, kişinin ihtiyacı olan kendisini geliştirmesine olanak sağlayacak, yaşamın bir parçası olan temel bir unsur olarak gördükleri ortaya konulmuştur. Ancak istihdama ilişkin üretilen metaforlar meslek kavramına ilişkin üretilenlerden farklılaşmaktadır. Bunun nedeni istihdam edilmenin kendi içinde bir belirsizlik taşımasıdır. Üniversiteyi bitirdikten sonra “altın bilezik” sahibi, meslek sahibi olacağını düşünen öğrenciler, mezuniyet sonrasında ücretli bir iç bularak çalışabilmek noktasında belirsizlikler ve umutsuzluklar yaşamaktadır. Bunun nedenini, alan itibari ile derslerde sürekli gördükleri işgücü piyasasının durumuna bağlamak mümkündür. Henüz mezun olmadan iç aramak, iç bulabilmek ve çalışmak belirsiz bir durumu içermektedir. Bu belirsizlik ise umutsuzluğa dönüşebilmektedir. Diğer yandan gelecek kavramı noktasında farklı algılamalar söz konusudur. Bu algılamalar öğrencilerin okudukları okul, yaşadıkları evre, içinde buldukları ortamlar tarafından şekillendirilmektedir. Dolayısıyla kimine göre umut vadeden bir kavram iken, kimine göre belirsizlik ya da etkisizlik ve değermezlik getirmektedir. “Gelecek” kavramı kişinin içinde bulunduğu durumdan ve çevreden etkilendiği için birçok farklı metafor öğrenciler tarafından üretilmiştir. Sonuç olarak, araştırmanın gerçekleştirildiği öğrenciler açısından meslek önemli bir yere sahiptir. Ancak meslek sahibi olarak iç bulabilme noktasında belirsizlik ve umutsuzluk bulunmaktadır. Araştırmanın yapıldığı öğrenci gurubu açısından verilen eğitim anlamında değerlendirildiğinde, aldıkları eğitimin kendileri için bir çalışma alanı sağlayacağına inanmamaktadırlar. Mezun olduktan sonra “meyve sepeti” içinde bulunan herhangi bir meyve ya da duvardaki herhangi bir “tuğla” dan farkları olmayacağı algısına sahiptirler. İstihdam edilmek “yaşamın bir parçası” iken, “istihdam edilebilmek” yüzlerce işsiz üniversite mezunundan biri haline gelmek olarak algılandığını belirtmek mümkündür. Burada İktisadi ve İdari Bilimler Faköltelerinin öğrenci sayılarının fazla olması ve bölümün iktisat ve işletme ağırlıklı mezunlardan farkının ortaya konulamaması olarak yorumlanabilir. Bölümün diğer bölümlerden farklı noktaları konusunda farkındalık yaratılması, en azından

bazı bölüm öğrencilerinin gelecek algısında da farklılaşma yaratacaktır. Çalışmayı doğası gereği Türkiye'deki bütün Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri öğrencilerine genellemekten ziyade, nitel bir çalışma olarak özelinde değerlendirmek gerekmektedir. Örneğin bir sanayi şehrindeki Çalışma Ekonomisi öğrencilerinin alana ilişkin öğretileri pratikte görme imkanı, onların istihdam edilme ve gelecek algılarında değişmeye neden olabilir. Bu nedenle, çalışma var olan bir olguyu farklı bakış açılarına göre ortaya koymak olduğundan, genelleme yapmak gibi bir amacı taşımamaktadır. Gelecek araştırmalarda bu çalışmayı desteklemek ve genellenebilir bir hale getirmek amacı ile nicel çalışmaların da yapılması önerilmektedir. Benzer bir çalışmanın farklı üniversitelerdeki aynı bölüm öğrencileri ile yapılarak, sosyo-demografik özellikleri göz önünde bulundurularak genişletilmesi daha farklı algıların ortaya çıkarılabilmesine imkân sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adıgüzel, H. Ömer (2009)*Determination and Comparison of German and Turkish Participants' Perceptions of Creative Drama Through the Metaphor (Simile) Method*, **Education and Science**, 34: 153, 25-37.
- Akbaba Altun, Sadegül ve Çiğdem Apaydın (2013) *Kız ve Erkek Öğretmen Adaylarının "Eğitim" Kavramına İlişkin Metaforik Algıları*, **Educational Administration: Theory and Practice**, 19: 3, 329-354.
- Akşehirli, Soner (2005)**Çağdaş Metafor Teorisi**, [www.ege-edebiyat.org]. 10.08.2016.
- Alpaslan Danışman, Sümeyra (2015)*Metaforların Örgüt Ve Yönetim Araştırmalarındaki Yeri: Ontolojik, Epistemolojik Ve Metodolojik Kabuller Işığında Bir Değerlendirme*, **KAÜ İİBF Dergisi**, 6: 9, 45-64.
- Arslan, M. Metin ve Mustafa Bayrakçı (2006)*Metaforik Düşünme ve Öğrenme Yaklaşımının Eğitim- Öğretim Açısından İncelenmesi*, **Milli Eğitim**, 171, 100-108.
- Ateş, Murat ve Akif Karatepe (2013)*The Analysis of University Students' Perceptions towards "environment" Concept with the Help of Metaphors*, **International Journal of Social Science**, 6: 2, 1327-1348.
- Aydın, Ensar ve Süleyman Erkam Sulak (2015)*Sınıf Öğretmeni Adaylarının "Değer" Kavramına Yönelik Metafor Algıları*, **Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 4:2, 482-500.
- Balcı, Ayşe (1999)**Metaphorical images of school: School perceptions of students, teachers and parents from four selected schools**, Yayınlanmamış doktora tezi. Ankara Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Bölümü.
- Çelikten, Mustafa (2006)*Kültür ve Öğretmen Metaforları*, **Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi**, 21:2, 269-283.
- Çoban Keneş, Hatice (2016)*Metaforun Ayrımcı Hegemonyanın İnşasındaki Rolü: Suriyelilerin Haberleştirilmesinde Metafor Kullanımı*, **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, 15: 2, 253-280.
- Derman, Ayşegül (2014)*Lise Öğrencilerinin Kimya Kavramına Yönelik Metaforik Algıları*, **Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic**, 9: 5, 749-776.
- Demirtaş, Hasan ve Duygu Çoban (2014)*Üniversite Öğrencilerinin Öğretim Elemanlarına İlişkin Metaforları*, **Kastamonu Eğitim Dergisi**, 22: 3, 1279-1300.

- Dönmez, Özlem (2008)**Türk Eğitim Sisteminde Kullanılan Yönetici Metaforları (Kayseri İli Örneği)**, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kayseri Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Eğitim Programları ve Öğretim Programları Bilim Dalı.
- Dönmez Usta, Necla ve Neslihan Ültay (2015)*Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının "Kimya" Metaforlarının Karşılaştırılması Üzerine Bir Çalışma*,**Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi Hüseyin Hüsnü Tekişik Özel Sayısı**, 7: 1, 163-177.
- Eraslan, Levent (2011)*Sosyolojik Metaforlar*,**Akademik Bakış Dergisi**, 27: 1-22.
- Güler, Gürsel; Levent Akgün; Mehmet Fatih Öçal ve Muhammet Doruk (2012)*Matematik Öğretmeni Adaylarının Matematik Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforlar*,**Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi**, 1: 2, 25-29.
- Güven, Meral, Yıldırım, Esmâ ve Çelen, Gülnaz (2015)*Yaşamboyu Öğrenme Kavramına İlişkin Kullanılan Metaforlar*,**Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi**, 5: 9, 35-47.
- Hacıfazhoğlu, Özge; Şirin Karadeniz ve Gülay Dalgıç (2011)*Okul yöneticilerinin teknoloji liderliğine ilişkin algıları: Metafor analizi*,**Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi**, 1: 1, 97-121.
- Hanson, Luett (1993)**Affective Response to Learning via Visual Metaphor**, Annual Conference of the International Visual Literacy Association, October 13-17, New York, 3-11.
- Kahyaoğlu, Mustafa ve Halit Kırıktaş (2016)*Ortaöğretim ve Üniversite Öğrencilerinin Doğa Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yolu İle İncelenmesi*,**Marmara Coğrafya Dergisi**, 33: 58-76.
- Kalyoncu, Raif (2012)*Görsel Sanatlar Öğretmeni Adaylarının "Öğretmenlik" Kavramına İlişkin Metaforları*,**Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 9:20, 471-484.
- Keskin, Emrah ve Emrah Örgün (2015)*Kelime İlişkilendirme Testi Aracılığıyla Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Kavramsal Analizi: Ürgüp Örneği*,**Journal of Tourism and Gastronomy Studies**, 3: 1, 30-40.
- Knowles, Murray ve Rosamund Moon (2006)**Introducing metaphor**, New York: Taylor & Francis Group.
- Kövecses, Zoltan (2002)**Metaphor -A Practical Introduction**,New York: Oxford University Press.
- Lakoff, George ve Mark Johnson (1980)*The metaphorical structure of the human conceptual system*,**Cognitive Science**, 4: 195-208.
- Lakoff, George ve Mark Johnson (2005) **Metaforlar hayat, anlam ve dil**, (Çev: Gökhan Yavuz Demir), İstanbul: Paradigma.
- Luborsky, Mark (1998)*Creative Challenges and The Construction of Meaningful Life Narratives*,**Creativity and Successful Aging**, (Ed: Caroly E. Adams- Price), New York: SpringerVerlag, 311-337.

- Minas, Recep ve Kerim Gündoğdu (2013)*Ortaokul Öğrencilerinin Fen ve Teknoloji Dersine Ait Bazı Kavramlara Yönelik Metaforik Algılarının İncelenmesi*,**Adnan Menderes Üniversitesi Eğitim Fakültesi**, 4: 2, 67-77.
- Morgan, Gareth (1998)**Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor**,(Çeviren: Gündüz Bulut). İstanbul: Mess.
- Nartgün, Şenay Sezgin ve İlknur Gökçer (2014)*Pedagojik Formasyon Eğitimi Alan Öğretmen Adaylarının Mesleklerine, Geleceklerine, İstihdamlarına ve Eğitim Politikalarına İlişkin Metaforik Algıları*,**International Journal of Educational Research**, 5: 4, 57-69.
- Özçınar, Zehra ve Nazime Tuncay (2009)*Distance Education Students' "Metaphors"*,**Procedia Social and Behavioral Sciences**, 1: 2883-2888.
- Pesen, Ata, ; İdris Kara ve Mehmet Gedik (2015)*Çocuk Gelişimi Bölümü 2. Sınıf Öğrencilerinin "Müdür" Kavramına İlişkin Metafor Algıları*,**Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 4: 39-61.
- Saban, Ahmet (2009)*Öğretmen Adaylarının Öğrenci Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Zihinsel İmgeler*,**Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**, 7: 2, 281-326.
- Semerci, Çetin (2007)*Program Geliştirme Kavramına İlişkin Metaforlarla Yeni İlköğretim Programlarına Farklı Bir Bakış*,**Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 31: 1, 139-154.
- Sontag, Susan (2015)**Metafor Olarak Hastalık AIDS ve Metaforları**, (Çeviren: Osman Akınhay) İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Şahin, Şemsettin ve Meltem HuriBaturay (2013)*Ortaöğretim Öğrencilerinin İnternet Kavramına İlişkin Algılarının Değerlendirilmesi: Bir Metafor Analizi Çalışması*,**Kastamonu Eğitim Dergisi**, 21: 1, 177-192.
- Tompkins, Pennyve James Lawley (2002)**The Magic of Metaphor**,[www.cleanlanguage.co.uk], 10.07.2016.
- Torlak, Ömer (2008)*Tüketici Davranışını Anlamada Metafor Kullanımı: Post Modern Tüketiciyi "Sivil İtaatsizlik" Metaforu İle Açıklamak*,**Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi**, 2: 63-76.
- Tulunay Ateş, Öznur (2016)*Öğrencilerin Öğretmen ve Okul Metaforları*,**International Journal of Contemporary Educational Studies**, 2: 1, 78-93.
- Yalçın, Mikail ve Aysun Erginer(2012) *İlköğretim Okullarında Okul Müdürüne İlişkin Metaforik Algılar*,**Öğretmen Eğitimi ve Eğitimcileri Dergisi**, 1: 2, 229-256.
- Yalçın Wells, Şehnaz (2015)*Görsel Sanatlar Öğretmeni Adaylarının Öğretmen ve Sanatçı Algısına İlişkin Metafor Analizi*,**Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, 30: 3, 160-175.