

Girişimcilik Dersi Alan İİBF Öğrencilerinin Girişimcilik Algılarının Metaforlar Aracılığıyla Analizi

ÖZ

Dursun BOZ¹
Cengiz DURAN²

Bu çalışmanın amacı Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinden Girişimcilik dersi almış öğrencilerin “Girişimcilik” metaforlarını belirlemektir. Araştırma, 2017-2018 Eğitim-Öğretim yılında Kütahya ili Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinden Girişimcilik dersi almış öğrencilere gönüllülük esasına göre uygulanmıştır. Araştırma kapsamında gönüllü öğrencilere “Girişimcilik.....benzer, çünkü.....” şeklinde açık uçlu anketler dağıtılmıştır. Elde edilen anket verileri nitel araştırma desenine uygun olarak içerik analizine tutulmuştur. Öğrenci cevaplarında “Girişimcilik” temasına yönelik 12 ayrı kategoride metafor ürettikleri tespit edilmiştir. Katılımcıların ürettiği metaforlardan en yüksek olanı “cesaret ve risk metaforlarının” sayısı 25 iken en az üretilen “toplumsal rol metaforlarının” sayısı 6 olmuştur. Üretilen metaforların girişimciliğin temel özellikleri; birey ya da grubun yeni fikirleri, risk üstlenmesi, değer yaratma, mevcut kaynakların yeni kombinasyonları, toplumsal refaha katkısı gibi unsurları karşıladığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Metafor, Girişimcilik Metaforları.

JEL Kodları: M00, M13

Entrepreneurship Lessons Entrepreneurship Metaphors of FEAS. Students

ABSTRACT

The aim of this study is to determine Dumlupınar University Faculty of Economics and Administrative Sciences Entrepreneurship “metaphors” of students who have received Entrepreneurship lessons from their students. The research was carried out in the academic year of 2017-2018 at the Dumlupınar University of Kütahya and the Faculty of Economics and Administrative Sciences. It is applied on the basis of volunteerism to the students who have taken the Entrepreneurship course from their students. Within the scope of the research, “Entrepreneurship.....similar, because.....” were distributed as open-ended questionnaires. The obtained questionnaire data were analyzed in accordance with the qualitative research design. In the student responses, it was found that they produced metaphor in 12 different categories for the theme of “Entrepreneurship”. The highest number of metaphores produced by participants was the number of “courage and risk metaphors”, while the number of least developed “social role metaphor” was 6. Essential characteristics of the entrepreneurship of the produced metaphors; it shows that the individual or group meets elements such as new ideas, risk taking, value creation, new combinations of existing resources, social refinement contribution.

Keywords: Entrepreneurship, Metaphor, Entrepreneurship Metaphors.

JEL Codes: M00, M13.

¹ Dr, Dumlupınar Üniversitesi İİBF. İşletme,

dursunboz@hotmail.com

² Doç. Dr., Dumlupınar Üniversitesi İİBF. İşletme,

cengiz.duran@dpu.edu.tr

1. GİRİŞ

Türk Dil Kurumu sözlüğünde metafor mecaz anlamında; “*bir ilgi veya benzetme sonucu gerçek anlamından başka anlamda kullanılan söz; bir kelimeyi veya kavramı kabul edilenin dışında başka anlamlara gelecek biçimde kullanma*” olarak ifade edilmektedir. Türkçede, metaforu anlatan kelime, istiare olarak bilinmektedir. Metafor kavramına karşılık olarak; mecaz ve istiare’nin kullanılabilceğini görülmektedir. Fakat, benzeyenin anlatıldığı istiarenin, metaforu anlatmada daha elverişli olduğu söylenebilir. Genellikle benzeyenin, bilinen ve somut olmasına önem verilmesinden dolayı, bilinmeyene ve soyut olana varılır. Bunun için teşbihler, masallar, hikâyeler, örnekler kullanılır (Sofi, 2015:2).

Metafor (Olgubilim); bir şeyi başka bir şey üzerinden benzeterek anlatmak için kullandığımız bir ögedir. Bilgi ya da benzetme ile gerçek anlamın dışında kullanılan bir kavram olup isim değişimi olarak da bilinmektedir. Bu değişimin yapıma amacı, anlatımı daha vurgulu yapmak ve kullanılan söze canlılık kazandırmaktır. Bu kazanım ile söze derinlik, güçlülük, canlılık, güzellik, zarafet veya genişlik sağlanmaktadır (Morgan, 1998: 454). Bu yönüyle metafor, bir sözü veya linguistik ifadeleri açıklamaktan ziyade, daha çok kavramlar ve bir şeyi başka bir şey üzerinden düşünme sorunsalıdır. Doğası gereği kavramsal olup hem günlük konuşma dilinde hem de düşüncede yaygın şekilde kullanılmaktadır. Bu kullanım kemikleşmiş görüşlerin aksine, yaratıcı ve edebî kavrayışların kullanıldığı nesne olmaktan çıkmış, ne şairlerin, filozofların, bilim adamlarının; sanatçıların ne de sıradan insanların düşünemeyeceği ve yaşayamayacağı kıymetli, zihinsel bir sihir haline gelmiştir (Lakoff-Johnson, 2010: 14).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Metafor ilk olarak 1980’de Lokoff ve Johnson’un “*Metofors We Live By*” isimli çalışmalarında “*Metafora bilişsel, dikey bakış*” olarak geliştirilmiştir. Bu kavram; 1980 yılına kadar bir söz sanatı olarak kabul edilmiş, edebiyat ve dilbilim araştırmalarının konusu olmuşken, 1980 yılında Lokoff ve Johnson tarafından ortaya atılan “*Çağdaş Metafor Teorisi*”nin etkisiyle disiplinler arası çalışmaların ilgi odağı olmuştur (Döş, 2010: 607). En geniş anlamıyla metafor “*bir şeyin başka bir şey vasıtası ile açıklanması*” veya “*yabancılık duyulan bir olgunun bize aşına gelen bir olguya benzetilerek açıklanması*” şeklinde ifade edilebilir. Anlatıma dilsel bir zenginlik katarak, ifade edilecek kavrama güç katan ve imgenin belirttiği genel fikre muhatabın hızlı biçimde kavramasını sağlayan bir ögedir. Çoğu zaman kavramla anlatılmak istenen anlam tam ifade olanağı bulamayabilir. Metafor vasıtasıyla zihindeki çağrışımın kavramsal çerçevesi böylelikle genişletilmiş olur (Türker, 2009:19). Metafor pek çok düşünür tarafından “*bir şeyin başka bir şeye benzetilerek anlatılmaya çalışılması*” olarak ifade edilmekte ve Türk edebiyatındaki teşbih, mecaz ya da istiare sanatı metafor kelimesinin yerine kullanıldığı söylenmektedir (Sekman, 2002:210).

Metaforun önemli özelliğinden biri de dikkate alınacak olguyu en sade ve serbest haliyle sağlamak için geçici ön kabullerimizi, öğretilerimizi, duygu ve düşüncelerimizi veya varsayımlarımızı bir kenara bırakmaktır (Sanders, 1982: 355). Metafor ile soyut konuların; somut ifadeler yardımıyla kavramsal zihinsel haritalar oluşturmaktır. Böylece karmaşık durum ve olayların hem anlatılması hem de anlaşılması daha kolaylaşmaktadır (Akdemir, 2009: 323). Metafor, insanın yaşadığı dünyayı nasıl kavradığı, olaylar, nesnelere, hareketler vb. hakkında neler düşündüğünün ifadesidir. Metafor klasik görüşe göre bir söz sanatı iken, modern görüşe göre ise kavramsal sistemin bir parçası olan dilin ve düşüncenin vazgeçilmezidir. Metafor bir dilde kullanılan nesne adlarının anlam yönünden genişletilerek, gerçek anlamına yakın veya bazı özellikleri açısından benzerlik olan diğer bir nesneyi tanımlamakta kullanılan durumlarda meydana gelir. Diğer bir deyişle kelimenin bilinen anlamı dışında kullanılması ile, gerçek anlam ile kastedilen yeni anlam arasındaki çağrışımın kurulması ile metafor oluşur (Mağfıret, 2003:1-4). Metafor (Olgubilim, fenomenoloji) desenini farkına vardığımız ancak derinlemesine ve detaylı anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktır. Yaşadığımız çevrede algıları, olayları, yönelimleri, deneyimleri, kavramlarla kullandığımızdan dolayı, günlük yaşantımızın önemli bir parçasıdır. Fakat bu aşinalık, olguları tam olarak anladığımız anlamına gelmez. Zaman zaman yabancı olmadığı bazen de kavrayamadığımız olguları bulmakta metaforlar uygun bir araştırma zemini sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2005: 72). İnsanlar hem kendi duygu ve düşüncelerini ifade ederken hem de karşısındakinin duygu ve düşüncelerini tanımlarken metaforları kullanırlar. Bu açıdan metaforlar, kişilerin kendi dünyalarını ve algılama şekillerini göstermektedir. Günlük yaşamda sıklıkla kullandığımız metaforlar ontolojik, yapı ve yönelim metaforları olarak tasnif edilebilir. Ancak bu metaforları keskin çizgilerle ayırt etmek zordur. Bu ayırım metaforun çıkış noktasını ve niteliklerini vurgulamakta kullanılabilirler (Girmen, 2007:12-14). Metafor ile insanların gizli duygu ve düşünceleri ortaya çıkarılıp söylenen ile söylenmek istenen arasındaki ayırım ortadan kaldırılabilmir (Zaltman, 2008:43).

Metafor; bir kelimenin manasını geçici olarak bir başka kelimenin yerine kullanmaktır. Bir varlığa veya kavrama asıl isminin yerine benzediği bir başka varlığın ismini vererek, bir kelimenin gerçek ismini kaldırarak, benzerliği olan diğer bir manayı iğreti olarak yüklemek, benzerlikler yoluyla bir kelimenin asıl anlamını gölgede bırakacak türde kullanma, başka bir şeye ait olan bir ismin başka şeye isim olarak verilmesidir (Saruhan, 2005:1). Metafor bir şeyi, başka bir şey yönüyle temsil eden düşünceyi etkileyen ve karşılaşılan tecrübeyi ifade etmektedir (Zaltman, 2004: 257). Metaforlar, bir şeyin başka bir şey tarafından belirgin özellikleriyle yansıtılması, hayatımızın belli bir yönünü nasıl gördüğümüzü anlatmamıza yardımcı olur. Bu sebepten dolayı kişilik, kimlik ve diğer insanların önemi açısından metaforlar sıklıkla kullanılmaktadır. İnsan zihninin uyarılmasıyla oluşturduğumuz metaforları her dakikada neredeyse altı adet kullanırız. Beynin foto grafik hafızası sayesinde resimleme teknolojisi metaforun nöronal temellerini daha iyi açıklamaktadır. Metaforlar ile olayları ve durumları daha iyi açıklayarak anlam çıkarabiliriz. Bu bağlamda hayal gücünün motoru metafordur. Metaforlar sayesinde şuur altındaki duygu ve düşünceleri su üstüne çıkarabiliriz (Zaltman, 2004:71). Bir şeyi anlatmak için metafor kullanmak “sihir yapmak” gibidir. Bilimsel veya teknik mevzularda ifade etmekte zorlanmamız, dikkatimizi çabuk kaybetmemiz, mevzuların zorluğundan ziyade anlatım dilinin soyut olmasından kaynaklanmaktadır. Dilin soyut olması anlaşılmasını da güçleştirir. Bizimle iletişim halinde olanlara bir şeyler anlatmak istiyorsak kullandığımız dilin duygularımıza ve sezgilerimize de hitap etmesi gerekmektedir (www.temelaksoy.com).

Metafor ile anlatım biçimi, ilkçağ filozofları tarafından kullanılmaya başlamış, felsefe tarihindeki birçok filozof kendini daha iyi anlatabilmek için metaforu kullanmış ve günümüze kadar da sürmüştür. Daha ziyade soyut konuların işlendiği düşünce alanlarında filozofların düşüncelerini karşıya daha açık anlatabilmelerinde metaforlara gereksinimlerini zaruri kalmışlardır. İslam filozoflarının da metafor sanatını kullandığına dair izler görmek mümkündür. Gazali, İbn’ül Arabi ve Mevlana düşüncelerini anlatmak için sıklıkla metafor kullanırdı (Kutluay, 2009:12). Pek çok alanda ve günlük konuşmalarda kullanılmasından dolayı, bizi yeni dünyalara götürecek, yeni bir şey söyleyecek, hatta insanların düşünce biçimlerini belirleyebildiği, metaforsuz düşünce olamayacağı temelden hareketle kelime anlamında, ya da yeni bir bakış açısı getirebilecek her duygu ve düşüncenin metaforik olduğunu iddia edilmektedir. Bu iddialardan dolayı istiarelerin yeri geldiğinde metaforik bir işlem görebileceği, fakat her metaforun bir istiare olarak değerlendirilmemesi sonucu çıkmaktadır (Lakoff ve Johnson 2005:11).

Yerindelik metafor kullanımında zamansızlık değildir, çünkü metaforlar bizi yeni bölgelere götüren ve bizi anlayabilmemiz için araç sağlayan “düşünce önderleri” dir. Dolayısıyla, bir metafor ilk başta, bizi yeni düşünce ve varlık biçimlerine haykırıyor olabilir. Bir metafor da sarsıcı olabilir, çünkü duygusal ve estetik görünümleri taşır ve kişisel deneyimlerin ışığıyla parlatır, renklendirir ve sonra temsil eder. Bununla birlikte, burada tüm metaforlarla ilgili bir problem yatıyor. Bir anlamda metaforlar, bilginin doğal sınırlamaları içinde olası kavramları açığa çıkarmak için bir araçtır. Öncelikle, bir metafor atıfta bulunulan şey değil, bunun bir sembolüdür. Ona atıfta bulunduğu şeyle aynı olsaydı, buna gerek kalmazdı. Bu nedenle, güçlü ve kışkırtıcı bir ifadeyle atıfta bulunulduğunda bile, atıfta bulunulandan daha az ve ondan başka bir şeydir. Temsilde bu eksikliği telafi etmenin bir yolu, birlikte ele alındığında, daha kapsamlı bir bakış açısı ve çok sayıda perspektif ve yapı sağlayan ve konunun anlaşılmasını sağlayan çeşitli metaforları kullanmaktır (Yob, 2003:133-134). Günlük yaşantımızda sıklıkla kullandığımız metafor temelinde bir şeyi başka bir şeye göre düşünce ve eylemlerimizi anlamak ve anlamlandırabilmektir. Nesnelere algılamada, diğer insanlarla ilişki kurmada, dünyada yollarımızı bulmada kavram sistemlerini kullanmaktayız. Bu sistemler kişinin çoğu zaman farkında olmadan belirli hatlar boyunca neredeyse otomatik olarak düşünür ve hareket ederiz. Bu hatların açıklamanın yolu dilden geçer. Çünkü, iletişim düşünürken ve faaliyet halindeyken kullanılan kavram sistemiyle aynı sisteme dayanmaktadır. Dil bu sistemin nasıl işlerlik kazandığının kaynaklarından biridir (Girmen, 2007:10; Lakoff ve Johnson, 2005: 25-26). Kişilerin bilinmeyenini bilinenle ilişkilendirerek metaforları kullanması, kavramlar arasında yeni bağlantılar kurmasıyla kişilerin yaratıcılık becerilerini de geliştirdiği görülmüştür. Bu becerilerin geliştirilmesi kabul görmüş fikirleri eleştirmek, içselleştirilmiş düşünceyle metaforun daha yaratıcı bir araç haline gelmesini sağlar (Abusson, vd.,2006:1-2).

3. VERİ VE YÖNTEM

Araştırmada veri setini oluşturmak için, metafor konusunda yapılan yönelik ulusal ve uluslararası araştırmalar incelenmiştir. Lakoff ve Johnson (2003), Yob (2003), İşcan (2005), Anık (2006), Aydın (2006), Çelikten (2006), Jensen (2006), Semerci (2007), Gürer (2008), Uğurlu (2008), Korkmaz (2009), Saban (2009), Botha (2009), Aydın ve Pehlivan (2010), Çapan (2010), Doğan ve Üngüren (2010), Döş (2010), Sarı (2010), Coşkun (2010), Sürgevil

ve Budak (2010), Afacan (2011), Saban (2011), Geçit ve Gençer (2011), Gündüz vd. (2011), Güveli vd. (2011), Hacıfazlıoğlu vd. (2011), Eraslan (2011), Soydan (2011), Özsoy (2011), Bayraktaroğlu vd. (2011), Yüce ve Demir (2011), Korkut ve Owen (2012), Gömleksiz vd. (2012), Sadık ve Sarı (2012), Kararımak ve Güloğlu (2012), Ünal (2012), Sosyal ve Afacan (2012), Akbaş ve Gençtürk (2013), Erbay ve Özbek (2013), Kaya (2013), Tortop (2013), Çalışkan (2013), Özdemir ve Akkaya (2013), Üye (2013), Aslan (2013), Özbaş ve Aktekin (2013), Özpolat (2014), Eren vd. (2014), Babacan (2014), Kaya (2014), Karaçam ve Aydın (2014), Giren ve Durak (2015), Doğan (2015), Zembat vd. (2015), Atik vd. (2016), Ayhan vd. (2016), Ekici (2016), Güler vd. (2016), Şenel (2016), Kayhaoğlu ve Kırıktaş (2016), Temel vd. (2016), Duranve Dağlıoğlu (2016), Çelik ve Arı (2016), Judge (2016), Tarasti (2016), Doğan (2017), Kaya (2017), He ve Yang (2017), Kent ve Lane (2017), Lynch ve Fisher (2017), Tang vd. (2017), Tay (2017), Thibodeau vd. (2017), Tobing (2018), Drouillet vd. (2018), Neilson (2018), Briner vd. (2018), Burgers vd. (2018), Craig (2018), Şahin ve Sabancı (2018) çalışmaları incelenmiştir. Bu araştırmacıardan bazılarının ulaştıkları sonuçlar şöyle özetlenebilir. Şenel (2016) çalışmasında katılımcı öğrencilerin cep telefonu hakkında genelde olumlu görüş ve yaklaşımları olmakla birlikte bazı öğrencilerin cep telefonunu tehlikeli ve bağımlılık yaptığını ifade etmiştir. Temel vd. (2016) çalışmalarında katılımcı öğrenci ve velilerin şekillendirici, biçimlendirici ve bilgi sağlayıcı öğretmen metaforu ürettiklerini iddia etmiştir. Duran ve Dağlıoğlu (2017) çalışmasında katılımcı öğretmen adaylarının üstün yetenekli öğrenciler ile ilgili en fazla üretilen metaforun hazine olduğunu ileri sürmüştür. Kayhaoğlu ve Kırıktaş (2016) çalışmasında katılımcı öğrencilerin doğaya ilişkin yeşil alan, orman, ev, hayat, oksijen tüpü, cennet, sanat, özgürlük, gökkuşuğu, canlı ve huzur olarak algıladıkları iddia etmiştir. Zembat vd. (2015) çalışmalarında katılımcı öğrencilerin okul yöneticisine ilişkin baba, anne, lider ve ebeveyn metaforlarıyla özdeşleştirdiklerini ileri sürmüştür. İncelemeler sonucunda metafor belirlemeye yönelik araştırmalarda cümle tamamlama ve açık uçlu cümleler kullanıldığı tespit edilmiştir. Sonuç olarak araştırmada “Girişimcilik.....benzer; çünkü.....” cümlesinin yazılı olduğu bir anket dağıtılmış, öğrenciler çalışmayla ilgili bilgilendirilmiştir. Bu bilgilendirmede 3 adet örnek “girişimci metaforu” iletilmiştir. Bu metaforlar “1.Girişimci orkestra şefine benzer, çünkü işletmenin tüm kaynaklarını işletme hedeflerine ulaşmak için uyumlu şekilde kullanır”, “2.Girişimci aslana benzer, çünkü fırsatı gördü mü avını yakalamak için gerekli çabayı sarf eder” ve “3.Girişimci aşçıya benzer, çünkü yemekteki tüm malzemeleri yeterli şekilde kullanınca güzel yemek olur” şeklinde yönlendirici metaforlar araştırma yapılan bölümlerdeki öğrencilere iletilmiştir. Öğrencilere üretecekleri metaforlar için yeterli zaman tanınmış ve anketleri gönüllülük esasına göre doldurmaları istenmiştir. Anketlerin doldurulması esnasında öğrenciler arasında bir etkileşime rastlanmamıştır. Araştırma için nitel araştırmalarda sıklıkla kullanılan içerik analizi kullanılmıştır. Bu yöntem, belli kurallar dahilinde yapılan kodlamaların, metnin bazı sözcükleri ile daha küçük kategorilere ayrıldığı bir uygulamadır (Büyükoztürk vd., 2010). Araştırmada öğrencilerin oluşturdukları metaforlar incelenmiş, uygun olmayanlar elenmiş ve metafor kategorileri oluşturulmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya katılan 250 gönüllü öğrenciden 203 adet “Girişimcilik” metaforu elde edilmiştir. Üretilen metaforlara ait demografik bilgiler Tablo 1’de, frekans bilgisi Tablo 2’de, bölümlere göre metafor dağılımı Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 1. Demografik Bilgileri.

Öğrencinin Bölümü	Kız	Erkek	Toplam	Yüzde %
İşletme 1	13	10	23	11.33
İşletme 2	30	17	47	23.15
İşletme 3	16	5	21	10.34
İşletme 4	29	10	39	19.21
İktisat	28	14	42	20.70
Siyaset Bilimi ve Uluslar arası İlişkiler (SBUİ)	17	14	31	15.27
Toplam	133	70	203	100.00

Tablo 1'e göre öğrencilerin bölümlere göre dağılımına bakıldığında; İşletme 1.sınıf öğrencilerinin %11.33, İşletme 2.sınıf öğrencilerinin %23.15, İşletme 3.sınıf öğrencilerinin %10.34, İşletme 4.sınıf öğrencilerinin %19.21, İktisat Bölümü öğrencilerinin %20.70 ve Siyaset Bilimi ve Uluslar arası İlişkiler (SBUİ) öğrencilerinin %15.27 olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Frekans Değeri Yüksek Metaforlar.

Metafor İsmi	Kız	Yüzde %	Erkek	Yüzde %	Toplam	Yüzde %
Cesaret ve Risk	13	52.00	12	48.00	25	12.32
İnsan ve Doğa	16	72.73	6	27.27	22	10.84
Yenilik ve Yaratıcılık	16	76.19	5	23.81	21	10.34
Ekip	13	61.90	8	38.10	21	10.34
Mesleki	17	94.44	1	5.56	18	8.87
Çalışma ve Başarı	9	60.00	6	40.00	15	7.39
Düşünce ve Sanat	8	61.54	5	38.46	13	6.40
Hayvan	6	50.00	6	50.00	12	5.91
Belirsizlik	6	54.55	5	45.45	11	5.42
Bilişim	6	66.67	3	33.33	9	4.43
Toplumsal Rol	4	66.67	2	33.33	6	2.96
Diğer	19	63.33	11	36.67	30	14.78
Toplam	133		70		203	100.00

Tablo 2'ye göre üretilen 203 metaforun %65.52'si (133 adet) kız öğrenciler tarafından, %34.48'i (70 adet) erkek öğrenciler tarafından üretildiği görülmektedir. Cesaret ve risk metaforlarının %52.00'ü kız öğrenciler tarafından, %48.00'ü erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. İnsan ve doğa metaforlarının %72.73'ü kız öğrenciler tarafından, %27.77'si erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Yenilik ve Yaratıcılık Metaforlarının %76.19'u kız öğrenciler tarafından, %23.81'i erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Ekip Metaforlarının %61.90'ı kız öğrenciler tarafından, %38.10'u erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Mesleki Metaforların %94.44'ü kız öğrenciler tarafından, %5.56'sı erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Çalışma ve başarı Metaforlarının %60.00'ü kız öğrenciler tarafından, %40.00'ü erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Hayvan Metaforlarının %50.00'si kız öğrenciler tarafından, %50.00'si erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Belirsizlik Metaforlarının %54.55'i kız öğrenciler tarafından, %45.45'i erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Bilişim Metaforlarının %66.67'si kız öğrenciler tarafından, %33.33'ü erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Toplumsal rol Metaforlarının %66.67'si kız öğrenciler tarafından, %33.33'ü erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir. Diğer Metaforlarının %63.33'ü kız öğrenciler tarafından, %36.67'si erkek öğrenciler tarafından üretilmiştir.

Üretilen metaforların cinsiyet değişkeni nispi temsil oranına göre incelendiğinde kız öğrencilerin; İnsan ve Doğa Metaforları, Yenilik ve Yaratıcılık Metaforları, Mesleki Metaforlar, Bilişim Metaforları ve Toplumsal Rol Metaforlar kategorisinde erkek öğrencilere göre pozitif yönlü anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Üretilen metaforların cinsiyet değişkeni nispi temsil oranına göre incelendiğinde erkek öğrencilerin; Cesaret ve Risk Metaforları, Ekip Metaforları, Çalışma ve Başarı Metaforları, Düşünce ve Sanat Metaforları, Hayvan Metaforları, Belirsizlik Metaforları ve Diğer Metaforlar kategorisinde kız öğrencilere göre pozitif yönlü anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu farklılık kültürün erillik / dişillik boyutu ile değerlendirilebilir.

Tablo 3. Bölümlere Göre Metaforların Dağılımı.

	İşletme1	Yüzde %	İşletme2	Yüzde %	İşletme3	Yüzde %	İşletme4	Yüzde %	İktisat	Yüzde %	SBUİ	Yüzde %	Toplam
Cesaret ve Risk Metaforları	2	8.00	4	16.00	4	16.00	4	16.00	8	32.00	3	12.00	25
İnsan ve Doğa Metaforları	5	22.73	3	13.64	1	4.55	4	18.18	5	22.73	4	18.20	22
Yenilik ve Yaratıcılık Metaforları	3	14.29	5	23.81	2	9.52	1	4.76	5	23.81	5	23.80	21
Ekip Metaforları	1	4.76	8	38.10	0	0.00	8	38.10	3	14.29	1	4.76	21
Mesleki Metaforlar	1	5.56	3	16.67	4	22.22	5	27.78	4	22.22	1	5.56	18
Çalışma ve Başarı Metaforları	1	6.67	5	33.33	1	6.67	3	20.00	3	20.00	2	13.30	15
Düşünce ve Sanat Metaforları	3	23.08	4	30.77	1	7.69	0	0.00	2	15.38	3	23.10	13
Hayvan Metaforları	1	8.33	4	33.33	3	25.00	1	8.33	2	16.67	1	8.33	12
Belirsizlik Metaforları	1	9.09	3	27.27	2	18.18	2	18.18	1	9.09	2	18.20	11
Bilişim Metaforları	3	33.33	1	11.11	0	0.00	2	22.22	2	22.22	1	11.10	9
Toplumsal Rol Metaforları	0	0.00	1	16.67	1	16.67	2	33.33	2	33.33	0	0.00	6
Diğer Metaforlar	2	6.67	6	20.00	2	6.67	7	23.33	5	16.67	8	26.70	30
Toplam	23		47		21		39		42		31		203

Tablo 3'e göre üretilen metaforların bölümlere göre dağılımı görülmektedir. Üretilen metaforların bölümler bazında nispi temsil oranına göre incelendiğinde; İşletme 1.sınıf öğrencilerinin yüzdeler bazda en çok insan ve doğa metaforlarının %33.33'ünü ürettikleri görülmektedir. İşletme 2.sınıf öğrencilerinin yüzdeler bazda en çok ekip metaforlarının %38.10'unu ürettikleri görülmektedir. İşletme 3.sınıf öğrencilerinin yüzdeler bazda en çok hayvan metaforlarının %25.00'ini ürettikleri görülmektedir. İşletme 4.sınıf öğrencilerinin yüzdeler bazda en çok ekip metaforlarının %38.10'unu ürettikleri görülmektedir. İktisat öğrencilerinin yüzdeler bazda en çok toplumsal rol metaforlarının %33.33'ünü ürettikleri görülmektedir. Siyaset Bilimi ve Uluslar arası İlişkiler öğrencilerinin yüzdeler bazda en çok diğer metaforlarının %26.70'ini ürettikleri görülmektedir. En çok üretilen metaforların bölüm değişkeni nispi temsil oranına göre incelendiğinde; İşletme 1.sınıf ve İktisat öğrencilerinin ürettikleri metaforların diğer özellikler gösterdiği görülmektedir. İşletme 2.sınıf, 3.sınıf, 4.sınıf, SBUİ öğrencilerinin ürettikleri metaforların eril özellikler gösterdiği görülmektedir.

4.1. Girişimcilik Metaforlarının Kategorik Analizi

Araştırmaya katılan öğrencilerin cevaplarıyla elde edilen metaforlar kategorize edilmiş ve 12 başlık altında ele alınmıştır.

Cesaret ve Risk Metaforları

Öğrenciler cesaret ve risk metaforları kategorisinde toplam 25 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimlik süreci içerisindeki risk ve cesaret ile yakından ilgili olduğu görülmektedir. Tarihe yön vermiş pek çok girişimcilik konusunda, girişimlerin risk aldıkları ve cesaretle oldukları görülmüştür. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, cesarete benzer, çünkü; girişimcilik cesaretsiz olmayı gerektirir (Katılımcı 3, Erkek, Yaş 21).

Girişimcilik, aslanlara rağmen yavrusunu koruyan geyiğe benzer, çünkü; yaptığı işi yavrusuymuş gibi koruması ve riske girmesidir (Katılımcı 49, Kız, Yaş 21).

Girişimcilik, ip üzerinde yürümeye benzer, çünkü; doğru yapıldığı takdirde başarılı olunurken yanlışların sonucu ağır olabilir (Katılımcı 120, Erkek, Yaş 21).

Girişimcilik, blöf yapmaya benzer, çünkü; doğru yerde, doğru zamanda ve gerektiği kadar risk almaktır (Katılımcı 167, Erkek, Yaş 21).

Girişimcilik, yamaç paraşütüne benzer, çünkü; risk almaya mecbur bırakır ve paraşüt düzgün ve doğru şekilde yönlendirilirse başarılı olur (Katılımcı 188, Kız, Yaş 23).

İnsan ve Doğa Metaforları

Öğrenciler insan ve doğa metaforları kategorisinde toplam 22 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde insanın yaşamını sürdürebilmesi için girişimcilik sürecinde zorunlu doğa ve çevre koşulları ile mücadele etmesiyle ilgilidir. Gereksinimlerinden dolayı doğa ile ilişkili olan insan doğayı görmezden gelerek kendini merkezileştirmiştir. Bu merkezileşme insana, doğaya müdahil olma alanı açarak doğrudan müdahalelerde bulunmuştur. Bu bulunmuşluk girişimcinin de tahakküm edeceği girişimcilik alanlarının bulunduğu varsayımıyla doğal yaşamın sekteye uğratılması göz ardı edilmiştir. Bu metaforlar doğal yaşamdaki sekteye uğrayan alanlardan kaynaklandığı algısını uyandırmaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, doğaya benzer, çünkü; her gün yeniden doğar (Katılımcı 7, Kız, Yaş 19).

Girişimcilik, insana benzer, çünkü; engelleri ve fırsatları ayırt edip her ikisini de kendi avantajına çevirebilendir (Katılımcı 19, Kız, Yaş 18).

Girişimcilik, aya benzer, çünkü; dünya olmadan yaşayamaz (Katılımcı 124, Kız, Yaş 20).

Girişimcilik, suya benzer, çünkü; hatalar birikirse boğulursunuz (Katılımcı 145, Erkek, Yaş 20).

Girişimcilik, dereye benzer, çünkü; aynı dereden iki kez ykanılmayacağı gibi girişimci de tek bir fikirle yetinmemelidir (Katılımcı 196, Erkek, Yaş 21).

Yenilik ve Yaratıcılık Metaforları

Öğrenciler yenilik ve yaratıcılık metaforları kategorisinde toplam 21 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimlik süreci içerisindeki yenilikçilik ve yaratıcılıkla ilgili yakından ilgili olduğu görülmektedir. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, yeni yapıya benzer, çünkü; onarım ve yapımı gereken çok yer vardır (Katılımcı 18, Kız, Yaş 22).

Girişimcilik, yeniliğe benzer, çünkü; var olmamış veya var olanın üzerine ek yapılandırma kurar (Katılımcı 33, Erkek, Yaş 22).

Girişimcilik, yeni sistemler geliştirmeye benzer, çünkü; girişimcilik her zaman farklı ve yeni fikirler doğrultusunda iş yapmaktır (Katılımcı 48, Kız, Yaş 21).

Girişimcilik, yenilikçiliğe benzer, çünkü; yenisini yaratamadığımız veya ortaya çıkaramadığımız zaman tarih olursunuz (Katılımcı 101, Erkek, Yaş 20).

Girişimcilik, yenilikçi bakış açısına benzer, çünkü; girişimcilik bakılan yerde bir yenilik görebilmektir (Katılımcı 163, Kız, Yaş 20).

Ekip Metaforları

Öğrenciler ekip metaforları kategorisinde toplam 21 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimlik süreci içerisindeki ekip çalışması ve ekip çalışmasıyla kazanılan sinerji ile yakından ilgili olduğu görülmektedir. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, futbol takımına benzer, çünkü; takım olarak hareket edilir (Katılımcı 24, Erkek, Yaş 19).

Girişimcilik, okula benzer, çünkü; her türden insanı alıp gelecekteki yaşantısını devam ettirecek idealler sunar (Katılımcı 35, Kız, Yaş 23).

Girişimcilik orkestraya benzer, çünkü; bir şef tarafından planlanmaya ve yönetilmeye ihtiyacı vardır (Katılımcı 114, Kadın, Yaş 23).

Girişimcilik, işletmeye benzer, çünkü; mevcut pazara yenilik getirir, yeni fikirler ortaya çıkarır (Katılımcı 152, Kız, Yaş 23).

Girişimcilik, fabrikaya benzer, çünkü; sistemli ve katmanlı bir çalışma süreci vardır, her adım düşünülür ve ayarlanır (Katılımcı 155, Kız, Yaş 21).

Mesleki Metaforlar

Öğrenciler mesleki metaforları kategorisinde toplam 18 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde yaratıcılık ve yenilikçilik gerektiren meslekler olması, girişimcilik sürecinin de zor olduğu algısını uyandırmaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, pazarlamacıya benzer, çünkü; riski almakla pazara sunulan ürünlerin tutulmasını ve kar elde etmesini bekler (Katılımcı 22, Kız, Yaş 21).

Girişimcilik, sanatçıya benzer, çünkü; risk alarak yenilik arayışına girer (Katılımcı 50, Kız, Yaş 23).

Girişimcilik, sanatçıya benzer, çünkü; bir ressamın resmini yapması, bir yazarın romanını yazması gibi girişimcide vizyonunu gerçekleştirmeye çalışır (Katılımcı 121, Kız, Yaş 23).

Girişimcilik, öğrenciye benzer, çünkü; öğretmenin öğrettiği kadarıyla ilgilidir (Katılımcı 174, Kız, Yaş 18).

Girişimcilik, öğretmene benzer, çünkü; nerede, ne zaman ve ne şekilde konuşacağını bilir (Katılımcı 202, Kız, Yaş 20).

Çalışma ve Başarı Metaforları

Öğrenciler çalışma ve başarı metaforları kategorisinde toplam 15 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimciliğin çok çalışma ve başarıyı elde etmeyle sonuçlanması algısını uyandırmaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, mucide benzer, çünkü; denemek için kararlıdır. Dener uygular geri adım atmaz sonunda başarılı/başarısız olsa da denemekten vazgeçmez (Katılımcı 75, Kız, Yaş 19).

Girişimcilik, karıncaya benzer, çünkü; birlikte ve çok çalışarak kar elde etmek ve yaşamlarını sürdürmek gibi amaçları vardır (Katılımcı 90, Erkek, Yaş 20).

Girişimcilik, son saniyede atılan baskete benzer, çünkü; yıllar yılı unutulmaz (Katılımcı 179, Erkek, Yaş 23).

Girişimcilik, kendi çabanla bir şeyler başarmaya benzer, çünkü; bir yapıyı kurmak ve risk almaktır (Katılımcı 187, Kız, Yaş 21).

Düşünce ve Sanat Metaforları

Öğrenciler düşünce ve sanat metaforları kategorisinde toplam 13 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimciliğin sanat ve estetik yönünden kaynaklandığı görülmektedir. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, sanata benzer, çünkü; bazen ahenkle sanatını icra ederken, bazen de duraksar (Katılımcı 14, Erkek, Yaş 24).

Girişimcilik, hayalini satmaya benzer, çünkü; hayalin gerçek olunca halay boşluğuna düşersin. En fazla hayalini daha fazla kazanabilmek için vazgeçersin (Katılımcı 29, Erkek, Yaş 22).

Girişimcilik, lambaya benzer, en güzel fikirleri bulup eyleme geçirmektir (Katılımcı 93, Kız, Yaş 19).

Girişimcilik, Picasso'nun tablosuna benzer, çünkü; kendini yıllar sonrada gösterir (Katılımcı 142, Erkek, Yaş 19).

Hayvan Metaforları

Öğrenciler hayvan metaforları kategorisinde toplam 12 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde çalışkan ve yırtıcı hayvanlar olması, girişimci olmanın da zor olduğu algısını uyandırmaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, arıya benzer, çünkü; 1 kg. bal üretmek için ağaca 1 milyon kez gidip gelmek gerekir (Katılımcı 15, Erkek, Yaş 21).

Girişimcilik, aslana benzer, çünkü; liderdir ve etrafındakiler organize eder (Katılımcı 67, Kız, Yaş 20).

Girişimcilik, konuşkan kediye benzer, çünkü; girişimcilik riskleri göze almak, en az maliyetle karı sağlamak nasıl sağların diye düşünmektir (Katılımcı 91, Erkek, Yaş 19).

Girişimcilik, kurda benzer, çünkü; gelecek tehlikelere karşı soğukkanlı olmayı bilir (Katılımcı 140, Erkek, Yaş 20).

Belirsizlik Metaforları

Öğrenciler belirsizlik metaforları kategorisinde toplam 11 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimciliğin belirsizlik ortamından kaynaklandığını ve bu belirsizlikle mücadele edilmesi algısını uyandırmaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, arafa benzer, çünkü; hayallerine ulaşmak ya da o hayallerden vazgeçmektir (Katılımcı 44, Kız, Yaş 21).

Girişimcilik, uzun yola benzer, çünkü; önce göz korkutur ama yol bitince amaca ulaşılır (Katılımcı 70, Kız, Yaş 20).

Girişimcilik, aynaya benzer, çünkü; bazen her şeyi doğru gördüğünü sanırsın ancak ayna ters gösterir (Katılımcı 147, Erkek, Yaş 19).

Girişimcilik, matruşkaya benzer, çünkü; bir engeli aştıkça yeni bir tanesi ile karşılaşılır (Katılımcı 197, Erkek, Yaş 24).

Bilişim Metaforları

Öğrenciler belirsizlik metaforları kategorisinde toplam 9 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde girişimciliğin küresel teknoloji ve beraberinde getirdiği sonuçlardan kaynaklandığını algısını uyandırmaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, bilgiye benzer, çünkü; bütün her şeyi kapsar (Katılımcı 1, Kız, Yaş 19).

Girişimcilik, internete benzer, çünkü; para kazanmanın kolay yoludur (Katılımcı 16, Erkek, Yaş 20).

Girişimcilik, akıllı telefon piyasasına benzer, çünkü; her çıkan telefon yeni özellikler taşır ve zaman içerisinde sürekli gelişme sağlar (Katılımcı 150, Erkek, Yaş 21).

Girişimcilik, bilgisayara benzer, çünkü; her şeyi sistematik şekilde ilerler, yanlış olmaz zordur, virüsler ise burada bir risktir (Katılımcı 182, Kız, Yaş 20).

Toplumsal Rol Metaforları

Öğrenciler toplumsal rol metaforları kategorisinde toplam 6 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların genelde koruyucu, kolayıcı ve yön gösterici rollerden oluşması, girişimciliğin sorumluluklarının alınması, geliştirilen fikirlerin peşinden gidilmesi ve sorgulanmasını vurgulamaktadır. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, bebeğe benzer, çünkü; annesinden öğrendikleri ile sağlam ve cesur adımlar atabilir (Katılımcı 77, Kız, Yaş 20).

Girişimcilik, babaya benzer, çünkü; iyisiyle kötüsüyle sorumluluklar onun üzerindedir (Katılımcı 109, Kız, Yaş 23).

Girişimcilik, aileye benzer, çünkü; küçük bir yapıdır ama toplumun en temel taşıdır (Katılımcı 134, Kız, Yaş 25).

Girişimcilik, anneye benzer, büyük zorlukları tek başlarına göğüslerler, başlarda zorlansalar da mutlu ve başarılı olurlar (Katılımcı 175, Kız, Yaş 23).

Diğer Metaforlar

Öğrenciler diğer metaforlar kategorisinde toplam 30 metafor üretmişlerdir. Bu metaforların girişimcilik sürecinde hissedilen değişik duygu durumlarından kaynaklandığı algısını vermektedir. Bu kategoriye ait bazı katılımcı cevapları şunlardır;

Girişimcilik, sevmeye benzer, çünkü; seviyecek bir şey olunca ortaya çıkar, bir şey varsa ortak girişimcilik olur (Katılımcı 28, Erkek, Yaş 22).

Girişimcilik, hayata benzer, çünkü; her ne kadar zor olsa da pes edilmemelidir (Katılımcı 107, Kız, Yaş 21).

Girişimcilik, kılavuza benzer, çünkü; girişimcilik girişimciye hangi adımlara göre ilerleyebileceğinin temel adımlarını gösterir (Katılımcı 148, Kız, Yaş 20).

Girişimcilik, heyecana benzer, çünkü; normal yaşantının dışına çıkar insan kendine uğraş bulur (Katılımcı 154, Erkek, Yaş 22).

5. SONUÇ

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik düzeyini artırmak için özellikle de girişimcilikle ilgili derslerin işlenişinde uygulamaya yönelik çabaların artırılması, öğrencilerin başarılı girişim ve girişimcilerle buluşturulması, kişilik ve demografik özelliklerine uygun derslerin oluşturulmasının, gelecek hedeflerinin belirlenmesi ve farkındalık yaratılmasında önemli olduğu görülmüştür (Pazarcık, 2016:162). Bu farkındalığın yaratılmasında öğrenciler ifade etmekte zorlandıkları konularda sıklıkla metaforları kullanmaktadırlar. Bu çalışmada da Girişimcilik eğitimi almış öğrencilerin “Girişimcilik” metaforları 12 kategoride ele alınmıştır. Gönüllülük esasına göre çalışmaya katılan 203 öğrencinin metafor ürettiği tespit edilmiştir. Kategorize edilen metafor sayıları cesaret ve risk metafor sayısı 25, insan ve doğa metafor sayısı 22, yenilik ve yaratıcılık metafor sayısı 21, ekip metaforları 21, mesleki metafor sayısı 18, çalışma ve başarı metafor sayısı 15, düşünce ve sanat metafor sayısı 13, hayvan metafor sayısı 12, belirsizlik metafor sayısı 11, bilişim metafor sayısı 9, toplumsal rol metafor sayısı 6 ve diğer metafor sayısı 30 olmuştur. Katılımcıların ürettiği metaforlardan en yüksek olanı cesaret ve risk metaforlarının sayısı 25 iken en az üretilen toplumsal rol metaforlarının sayısı 6 olmuştur. En çok üretilen cesaret ve risk metaforlarının girişimcilik temelinde tasarımı yapılan derslerin öğrencilerin girişimci eğilim ve davranışları üzerinde doğrudan etkisi olduğu söylenebilir (Pazarcık ve Aydın, 2015:126). Girişimciliğin temel özellikleri (OECD, 2005:14) birey yada grubun yeni fikirleri, risk üstlenmesi (Tekin, 2004:3), değer yaratma (Top, 2006:7), mevcut kaynakların yeni kombinasyonları (Er, 2013:29), toplumsal refaha katkısı (Elçi vd., 2008:13) üretilen metaforlarla karşılandığını göstermektedir. Bunlara ek olarak girişimciliğin; fırsat girişimciliği, yaratıcı girişimcilik, orijinal girişimcilik, iç girişimcilik, profesyonel girişimcilik, girişimci girişimciliği, sosyal girişimcilik ve eko girişimcilik (Taşkın ve Duran, 2016:18-21) türlerinin üretilen metaforlar ile karşılandığı görülmektedir.

Üretilen metaforların cinsiyet değişkeni nispi temsil oranına göre incelendiğinde kız öğrencilerin; İnsan ve Doğa Metaforları, Yenilik ve Yaratıcılık Metaforları, Mesleki Metaforlar, Bilişim Metaforları ve Toplumsal Rol Metaforları kategorisinde erkek öğrencilere göre pozitif yönlü anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Üretilen metaforların cinsiyet değişkeni nispi temsil oranına göre incelendiğinde erkek öğrencilerin; Cesaret ve Risk Metaforları, Ekip Metaforları, Çalışma ve Başarı Metaforları, Düşünce ve Sanat Metaforları, Hayvan Metaforları, Belirsizlik Metaforları ve Diğer Metaforlar kategorisinde kız öğrencilere göre pozitif yönlü anlamlı farklılık olduğu görülmektedir. Bu farklılığın kız ve erkek öğrencilere ait erililik / dişillik boyutu ile değerlendirilebilir. Kız ve erkek öğrencilerin ürettikleri metaforların yapılan bazı çalışmalarla benzerlik gösterdiği görülmektedir. Şekerli ve Gerede (2011)’e göre; Erillik/Dişillik; bireylere ve bireyler arası ilişkilere verilen önemdedir. Dişil özellikteki kültürlerde hâkim olan, çalışanların katılımı, dayanışma, ilişkilerde nezaket, eşitlik, merhametlilik ve sevgi ön plandadır. Eril özellikteki kültürlerde ise otokratik ve baskıcı tavırlar, yükselme tutkusu, atılganlık, rekabetin önemli olması, para kazanma hırsı ve materyalist eğilimler sıklıkla görülebilir. Sargut (2010) çalışmasında kadına atfedilen rollerin girişimciliği önünde engel olduğu, İpçioğlu (2011) çalışmasında girişimci aday kadınların kültürden kaynaklı sorunları olduğu, Morçin (2013) çalışmasında kadınların girişimcilik düzeyinin daha düşük olduğunu, Öncül vd. (2016) çalışmasında işletme sahibi ve ortaklarının eril özellikler taşıdığını, iddia etmişlerdir.

Girişimcilik ve ekonomik kalkınma birbiriyile yakından ilişkilidir. Yoğun rekabet ve yenilikçiliğin piyasa koşullarını belirlediği günümüz dünyasında girişimci ve girişimcilik önemli bir role sahiptir. Girişimcilik ruhuna sahip girişimcinin bir şehrin, bölgenin ve hatta bir ülkenin kalkınmasında tutum ve davranışlarıyla yol gösteren itici güç olarak bilinmektedir. Bu farkındalığa sahip toplumlarda girişimcilik eğilimleri tespit edilerek teşvik edilmektedir. Bu teşvik ile sağlanan itici gücün, ülkemizdeki toplulukçu kültür özellikleri taşımasından dolayı tam anlamıyla yeşeremediği söylenebilir. Girişimcilik eğitimi ile var olan toplulukçu kültüre ait girişim yapmama eğilimlerinin, girişimcilik potansiyeli olan öğrencilerin davranışlarında kalıcı değişiklikler yapması beklenebilir. Bu bağlamda girişimcilik eğitimleri; girişimci potansiyeli taşıyan öğrenciler üzerinden dinamik hale getirilebilir. Bu dinamizm ile risk alan, fırsatları gören, cesaretli, yenilikçi düşünen ve bilgi temelli dönüşümde etken olacak girişimciler için yeni bir oyun alanı açacaktır. Bu oyun alanı, verilecek eğitimlerde teorik olmaktan ziyade pratik yaşam becerileri geliştirmelerine katkı sağlayacağından dolayı üniversitelerin her bölümündeki öğrencilere açık olmalıdır.

KAYNAKÇA

- AUBUSSON P.J., HARRİSON A.G., RİTCHİE S.M. (2006). Metaphor and Analogy. In: Aubusson P.J., Harrison A.G., Ritchie S.M. (eds) Metaphor and Analogy in Science Education. Science & Technology Education Library, vol 30. Springer, Dordrecht.
- AFACAN, Ö. (2011). Fen Bilgisi Öğretmen Adaylarının Fen ve Fen Ve Teknoloji Öğretmeni Kavramlarına Yönelik Metafor Durumları. Education Sciences, 6(1), 1242-1254.
- AKBAŞ, Y., ve GENÇTÜRK, E. (2013). Coğrafi bilgi sistemleri kavramına metaforik bakış. Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 21, 179-196.

- AKDEMİR, A. (2009). “İşletmeciliğin Temel Bilgileri”, Ekin Basım Yayın Dağıtım, Bursa.
- ANIK, C. (2006). Bilgi sosyolojisine göre bilginin işlevi ve bir model denemesi. *Bilgi Güz*, S, 39, 1-29.
- ASLAN, S. (2013). Birleştirilmiş Sınıflarda Görev Yapan Öğretmenlerin “Öğretmen” Kavramı İle İlgili Algılarının Metaforik İncelenmesi & br&2; Metaphoric Examination Of Perception Of Teachers Working in Multigrade Classrooms About “Teacher” Concept. *Turkish Studies*, 8(6), 43-59.
- ATİK, G., ÇELİK, E. G., GÜÇ, E., ve TUTAL, N. (2016). Psikolojik danışman adaylarının yapılandırılmış akran grup süpervizyonu sürecindeki metafor kullanımına ilişkin görüşleri. *Ege Eğitim Dergisi*, 17(2), 597-619.
- AYDIN, İ. H. (2006). Bir felsefi metafor “yolda olmak”. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 6(1), 9-22.
- AYDIN, İ. S., ve PEHLİVAN, A. (2010). Türkçe öğretmeni adaylarının öğretmen ve öğrenci kavramlarına ilişkin kullandıkları metaforlar. *Turkish Studies*, 5(3), 818-842.
- AYHAN, A., DANACI, E. F., ve İLHAN, S. Y. (2016). Lisans Öğrencilerinin Türkçe Pop Müziğe Yönelik Düşüncelerinin Metafor Analizi Yoluyla Değerlendirmesi.
- BABACAN, E. (2014). Agsl Öğrencilerinin Müzik Kavramına İlişkin Algıları: Metafor Analizi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*,3(1), 124-132.
- BAYRAKTAROĞLU, S., KUTANİS, R. Ö., ve TUNÇ, T. (2011). İnsan kaynakları yönetimi bilişsel düzeyde nasıl algılanıyor? Metafora dayalı bir değerlendirme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 7-29.
- BOTHA, E. (2009). Why metaphor matters in education. *South African Journal of Education*, 29(4), 431-444.
- BRİNER, S. W., SCHUTZENHOFER, M. C., & VİRTUE, S. M. (2018). Hemispheric processing in conventional metaphor comprehension: The role of general knowledge. *Neuropsychologia*, 114, 101-109.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş., KILIÇ-ÇAKMAK, E., AKGÜN, Ö.E., KARADENİZ, Ş. ve DEMİREL, F. (2010). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, (6.Baskı). Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- BURGERS, C., de LAVALETTE, K. Y. R., & STEEN, G. J. (2018). Metaphor, hyperbole, and irony: Uses in isolation and in combination in written discourse. *Journal of Pragmatics*, 127, 71-83.
- COŞKUN, M. (2010). Metaphors (mental images) of high school students about “climate” concept; lise öğrencilerinin “iklim” kavramıyla ilgili metaforları (zihinsel imgeleri). *Turkish Studies*, 5(3), 919-940.
- CRAIG, C. J. (2018). Metaphors of knowing, doing and being: Capturing experience in teaching and teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 69, 300-311.
- ÇALIŞKAN, N. (2013). Kavramsal anahtar modeli ile metafor ve deyim öğretimi. *Bilgi (Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi)*, 64, 95-122.
- ÇAPAN, B. E. (2010). Öğretmen Adaylarının Üstün Yetenekli Öğrencilere İlişkin Metaforik Algıları. *Journal of International Social Research*, 3(12).
- ÇELİK, T., ve ARI, G. S. (2017). Bankalarda Örgüt Kültürünün Belirlenmesinde Alternatif Bir Yöntem Olarak Metafor Analizi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31.
- ÇELİKTEN, M. (2006). Kültür Ve Öğretmen Metaforları. *Administrative Science Quarterly*, 25, 606-622.
- ÇULHA, Ö.B. ve AKTEKİN, S. (2013). Tarih Öğretmen Adaylarının Tarih Öğretmenliğine İlişkin İnançlarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi. *Journal of Theory and Practice in Education (JTPE)*, 9(3).
- DROUILLET, L., STEFANIÄK, N., DECLERCQ, C., & OBERT, A. (2018). Role of implicit learning abilities in metaphor understanding. *Consciousness and cognition*, 61, 13-23.
- DOĞAN, Y. (2015). 100. Yılında öğretmen adayları ve öğrencilerin bakışıyla Çanakkale Savaşları: Bir metafor araştırması. *Turkish Studies*, 10(3), 369-386.
- DOĞAN, Y. (2017). Ortaokul öğrencilerinin çevre kavramına ilişkin sezgisel algıları: bir metafor analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(1), 721-740.
- DOĞAN, H. ve ÜNGÜREN, E. (2010). İşletmelerde metafor kavramı ve önemi: yöneticilerin stratejik iletişim ve paylaşım araçları olarak metaforlar ve etkin kullanım yolları. *Alanya İşletme Fakültesi dergisi*, 2(2), 61-74
- DÖŞ, İ.(2010) ”Aday Öğretmenlerin Müfettişlik Kavramına İlişkin Metafor Algıları” *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 9(3):607-629.
- DURAN, A., ve DAĞLIOĞLU, H. E. (2017). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının Üstün Yetenekli Çocuklara İlişkin Metaforik Algıları. *Gazi University Journal of Gazi Educational Faculty (GUJGEF)*,37(3).

- EKİCİ, G. (2016). Biyoloji Öğretmeni Adaylarının Mikroskop Kavramına İlişkin Algılarının Belirlenmesi: Bir Metafor Analizi Çalışması. *Journal of Kırşehir Education Faculty*, 17(1).
- ELÇİ, Ş., KARATAYLI, İ., KARAATA, S., (2008), “Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye için bir model önerisi”, *TÜSIAD-T/2008-12/477*
- ELDEM, Ü.İ. (2009), “Bilinçaltı Reklamcılık Ve Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Sinema Tv Anabilim Dalı, İstanbul.
- ER, H. (2013), “Girişimcilik ve Yenilikçilik Kavramlarının İktisadi Düşüncedeki Yeri: Joseph A. Shumpeter”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Konya.
- ERASLAN, L. (2011). Sosyolojik metaforlar. *Akademik Bakış Dergisi*, 27, 1-22.
- ERBAY, N., ve ÖZBEK, E. (2013). Mistik ve Metafizik Bağlamda Bir Yolculuk Üçlemesi & “Hüsn ü Aşk-Hacının Yolu-Sımyacı” & “A Journey Trilogy in The Context Of Mystic And Metaphysic “Hüsn ü Aşk-The Pilgrim’s Progress-The Alchemist”. *Turkish Studies*, 8(1), 1355-1375.
- EREN, F., ÇELİK, İ., ve AKTÜRK, A. O. (2014). Ortaokul Öğrencilerinin Facebook Algısı: Bir Metafor Analizi. *Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(2), 635-648.
- GEÇİT, Y. ve GENÇER, G. (2011). Sınıf öğretmenliği 1. sınıf öğrencilerinin coğrafya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi (Rize Üniversitesi örneği). *Marmara Coğrafya Dergisi*, (23), 1-19.
- GİREN, S., ve DURAK, E. (2015). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Oyuncak Kavramına İlişkin Metaforik Algıları/Early Childhood Education Teachers’ Metaphors about Toy Concept. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 561-575
- GİRMEN, P. (2007), “İlköğretim öğrencilerinin konuşma ve yazma sürecinde metaforlardan yararlanma durumları”, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Anadolu Üniversitesi SBE, Eskişehir.
- GÖMLEKSİZ, M. N., KAN A.Ü., ve Ü., ÖNER. (2012). İlköğretim öğrencilerinin sosyal bilgiler dersine ilişkin metaforik algıları. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 14(2).
- GÜLER, M., AĞCA, A., ve BOZ, D. İşletme Öğrencilerinin Muhasebe Algılarının Metaforlar Yardımıyla Anlatılması. *PressAcademia Procedia*, 2(1), 298-309.
- GÜNDÜZ, H. B., BEŞOLUK, Ş., ve ÖNDER, İ. (2011). Karmaşık sistemlerde liderlik bakışıyla: DNA liderlik. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(1), 520-544.
- GÜRER, D. (2008). Hz. Yûsuf’un gördüğü rüyanın fusûsu’l-hikem’deki yorumu. *Tasavvuf: ilmi ve akademik araştırma dergisi*, 9(21), 39.
- GÜVELİ, E., İPEK, A. S., ATASOY, E., ve GÜVELİ, H. (2011). Sınıf öğretmeni adaylarının matematik kavramına yönelik metafor algıları. *Türk Bilgisayar ve Matematik Eğitimi Dergisi*, 2(2).
- HACIFAZLIOĞLU, Ö., KARADENİZ, Ş., ve DALGIÇ, G. (2011). Okul yöneticilerinin teknoloji liderliğine ilişkin algıları: metafor analizi örneği. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi-Journal of Educational Sciences Research*, 1(1).
- HE, Q., & YANG, B. (2017). A corpus-based study of the correlation between text technicality and ideational metaphor in English. *Lingua*.
- İŞCAN, Ö. F. (2005). Siyasal Arena Metaforu Olarak Örgütler ve Örgütsel Siyasetin Örgütsel Adalet Algısına Etkisi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 60(01).
- JENSEN, D. F. N. (2006). Metaphors as a bridge to understanding educational and social contexts. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), Article 4. Retrieved [date] from http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5_1/pdf/jensen.pdf
- JUDGE, A. (2016). Metaphor as fundamental to future discourse. *Futures*, 84, 115-119.
- KAHYAOĞLU, M., ve KIRIKTAŞ, H. (2016). Ortaöğretim Ve Üniversite Öğrencilerinin “Doğa” Kavramına İlişkin Algılarının Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (33), 58-76.
- KARAÇAM, S., ve AYDIN, F. (2014). Ortaokul öğrencilerinin teknoloji kavramına ilişkin algılarının metafor analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(2), 545-572.
- KARAIIRMAK, Ö., ve GÜLOĞLU, B. (2012). Metafor: Danışan ve psikolojik danışman arasındaki köprü. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(37), 122-135.
- KAYA, H. E. (2013). İnternet temelli öğrenimde metaforlar ve modeller. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1), 170-193.
- KAYA, M. F. (2014). Sosyal Bilgiler Öğretmen Adaylarının Çevre Sorunlarına İlişkin Algıları: Metafor Analizi Örneği (Social Studies Teachers’ Perceptions Related To Environmental Problems: A Sample Analysis Of Metaphors). *Turkish Studies-International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/2 Winter 2014*, 917-931.

- KAYA, Y. S. (2017). Öğretmen Adaylarının Matematiksel Örnekleri Algılayışları Üzerine Bir Metafor Analizi/A Metaphor Analysis on Preservice Teachers' Conception of Mathematical Examples. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 48.
- KENT, M. L., & LANE, A. B. (2017). A rhizomatous metaphor for dialogic theory. *Public Relations Review*, 43(3), 568-578.
- KORKMAZ, R. (2009). Metaforik Dönüştürme Biçimleri ve Efendi-Köle Diyalektiği Bakımından Beyaz Kale. *Bilig, Yaz*, 119-130.
- KORKUT, F. Ve OWEN D.W. (2012). İyilik Hali Yıldızı Modeli, Uygulanması Ve Değerlendirilmesi. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 2012(9).
- KUTLUAY, F. (2009). "Ütopyalarda Metafor, Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü", Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Van, s.3-12.
- LAKOFF, G., & JOHNSON, M. (2003). *Metaphors we live by*. 1980. University Of Chicago Press, ISBN, 226468011.
- LAKOFF, G., & JOHNSON, M. (2005), "Metaforlar: Hayat, Anlam ve Dil" Çeviren Gökhan Yavuz DEMİR, İstanbul: Paradigma Yayıncılık. s 11-15
- LAKOFF, G. ve JOHNSON, M. (2010). *Metaforlar, Hayat Anlam ve Dil*. (çev. G. Y. Demir). İstanbul: Paradigma Yayınları
- LYNCH, H. L., & FISHER-Ari, T. R. (2017). Metaphor as pedagogy in teacher education. *Teaching and Teacher Education*, 66, 195-203.
- MAĞFİRET, K. (2003). "Buddhist Türk Çevresi Eserlerinde Metafor", Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- MORGAN, G.(1998). "Yönetim ve Örgüt Teorilerinde Metafor" Çeviren Gündüz Bulut, İstanbul: MESS Yayın, s 424
- NEILSON, A. (2018). Considering the importance of metaphors for marine conservation. *Marine Policy*.
- OECD. (2005). "Türkiye'deki Dinamik Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Geliştirilmesine ve Finansmanına Yönelik Çerçeve", <https://www.oecd.org/turkey/38369169.pdf> (Erişim tarihi: 19.05.2018).
- ÖZDEMİR, S., ve AKKAYA, E. (2013). Genel lise öğrenci ve öğretmenlerinin okul ve ideal okul algılarının metafor yoluyla analizi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 2(2), 295-322.
- ÖZPOLAT, A. R. (2014). Psikolojik Danışma Ve Rehberlik Bölümü Öğrencilerinin "Psikolojik Danışma" Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Metaforlar. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 22(1), 385-396.
- ÖZSOY, S. (2011). Spor Gazetelerinin Başlıklarında Militarist Ve Şiddet İçerikli Metaforlar. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 1(1).
- PAZARCIK, Y. (2016). "Üniversitemiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi", *Sosyal Ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi Journal Of Social Sciences and Humanities Researches Girişimcilik Özel Sayısı Bahar/Spring 2016-Cilt/Volume 17-Sayı/Issue 37*.
- PAZARCIK, Y., AYDIN, E. (2015). "Girişimcilik Temelli Ders Tasarımının Öğrencilerin Girişimci Eğilim ve Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Deneysel Bir Çalışma" *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, Journal of Entrepreneurship and Development*, Cilt 10- Sayı 2- Kış 2015- Volume 10 Number 2- Winter 2015, ss. 126-146.
- SABAN, A. (2009). Öğretmen Adaylarının Öğrenci Kavramına İlişkin Sahip Oldukları Zihinsel İmgeler. *Journal of Turkish Educational Sciences*, 7(2).
- SABAN, A. (2011). Prospective Computer Teachers' Mental Images about the Concepts of "School" and "Computer Teacher". *Educational Sciences: Theory and Practice*, 11(1), 435-446.
- SADIK, F., ve SARI, M. (2012). Çocuk ve demokrasi: ilköğretim öğrencilerinin demokrasi algılarının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. *Uluslararası Cumhuriyet Eğitim Dergisi*, 1(1), 48-62.
- SANDERS, P. (1982). "Phenomenology: A New Way of Viewing Organizational Research, *The Academic of management Review* p 353-360
- SARI, M. (2010). İlköğretim öğrencilerinde polis kavramının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. *Polis Bilimleri Dergisi*, 12(2), 43-81.
- SARUHAN Mufit Selim (2005). İslam Düşüncesinde "İsti'are" (Metafor), Ankara.
- SEKMAN, M. (2002). *Kesintisiz Öğrenme*, 6.ncı Baskı, Alfa Yayıncılık, İstanbul.
- SEMERÇİ, Ç. (2007). "Program Geliştirme" Kavramına İlişkin Metaforlarla Yeni İlkğ; Retim Programlarına Farklı Bir Bakış. *Sosyal Bilimler Dergisi/Journal of Social Sciences*, 31(2).

- SOFI, G.D. (2015). “Ortaokul Öğrencilerinin Beden Eğitimi ile İlgili Algılarının Metaforik Değerlendirilmesi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kırıkkale.
- SOSYAL, D., ve AFACAN, Ö. (2012). İlköğretim Öğrencilerinin “Fen Ve Teknoloji Dersi” ve “Fen Ve Teknoloji Öğretmeni” Kavramlarına Yönelik Metafor Durumları/Metaphors Used By Primary School Students To Describe “Science And Technology Lesson” And “Science And Technology Teacher”. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(19).
- SOYDAN, M. (2011). Sinema filmi ile ilgili metaforlar: Öğretim üyelerinin sinema filmi algıları. Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi, 15(3), 9-31.
- SÜRGEVİL, O., ve BUDAK, G. (2010). İşletmecilikte Yeni Bir Metafor: Kurum DNA’sı. TİSK Akademi. II, 68-87.
- ŞAHİN, Ö. Ü. A., ve SABANCI, A. (2018). Pedagojik Formasyon Öğrencilerinin Maarif Müfettişlerine İlişkin Algıları: Metafor Çalışması1. e-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi, 9(1), 83-101.
- ŞENEL, M. (2016). İngilizce Öğretmenliği Bölümü Öğrencilerinin Cep Telefonu İle İlgili Algılarının Metaforlar Aracılığıyla Analizi. Kastamonu Üniversitesi Kastamonu Eğitim Dergisi, 24(4), 1749-1764.
- TANG, X., QI, S., WANG, B., JIA, X., & REN, W. (2017). The temporal dynamics underlying the comprehension of scientific metaphors and poetic metaphors. Brain research, 1655, 33-40.
- TARASTI, E. (2016). Metaphors, semiotics and futures studies. Futures, 84, 120-123.
- TAŞKIN E., ve DURAN, C., (2016). “Girişimcilik ve İş Planı”, Acedemia Yayınevi, Kütahya.
- TAY, D. (2017). Metaphor construction in online motivational posters. Journal of Pragmatics, 112, 97-112.
- TEKİN, M. (2004). “Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği”, Yenilenmiş 4. Baskı, Ankara.
- TEMEL, Z. F., KANAT, K., ÇOBAN, M. N., ve GÖRGÜN, E. (2016). İlkokul Öğretmenleri 1. Sınıf Öğrencileri ve Ailelerinin Okul Öncesi Eğitimi ve Öğretmenini Algılamalarının Metafor Yolu ile İncelenmesi.
- THIBODEAU, P. H., HENDRICKS, R. K., & BORODITSKY, L. (2017). How linguistic metaphor scaffolds reasoning. Trends in cognitive sciences.
- TOBING, A. P. (2018). Event structure as a basis of semantic processing of familiar metaphors. Cognitive Systems Research, 49, 24-32.
- TOP, S. (2006). “Girişimcilik Keşif Süreci”, Beta Basımevi, İstanbul.
- TORTOP, H. S. (2013). Öğretmen Adaylarının Üniversite Hocası Hakkındaki Metaforları ve Bir Değerlendirme Aracı Olarak Metafor. Journal of Higher Education and Science/Yükseköğretim ve Bilim Dergisi, 3(2).
- TÜRKER, Mehmet (2009). “Mevlânâ’nın Mesnevî’sinde Metaforun Yeri”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Van.
- UĞURLU, S. B. (2008). Yenişehir’de Bir Öğle Vakti’nde Yapı, Tema ve Metafor. BİLİG Yaz / 2008 sayı 46: 153-178
- ÜNAL, Ö. F. (2012). İnsan Kaynakları Profesyonelinin Değişim Yönetimi Rollerini: Değişim Ajanı Bağlamında Bir Değerlendirme. International Journal of Economic & Social Research, 8(2).
- ÜYE, S. (2013). Hukuka Harita Metaforu ile Anlamak. Ankara Barosu Dergisi, (1), 149-165.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2005) “Nitel Araştırma Yöntemleri”, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- YÜCE, S. G., ve DEMİR, Ö. (2011). Polis adaylarının “demokrasi” kavramına ilişkin algılarının metaforlar aracılığıyla incelenmesi. Polis Bilimleri Dergisi, 13(2), 147-178.
- YOB, I. (2003). Thinking constructively with metaphors. A review of B Thayer-Bacon, 2000. Transforming critical thinking: Thinking constructively. New York. Teachers College Press. Studies in Philosophy and Education, 22:127-138.
- ZALTMAN, G.(2004). “Tüketici Nasıl Düşünür?” Çev. A.Semih KOÇ, MediaCat Yayınları, İstanbul.
- ZALTMAN, G., ZALTMAN, L. (2008). “Pazarlama Metaforları” Çev.: Ümit Şensoy, Optimist Yayın Dağıtım, İstanbul.
- ZEMBAT, R., TUNÇELİ, H. İ., ve AKŞİN, E. (2015). Okul Öncesi Öğretmen Adaylarının” Okul Yöneticisi” Kavramına İlişkin Algılarına Yönelik Metafor Çalışması. Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal, 2.
- www.tdk.gov.tr Erişim tarihi: 19.05.2018
- http://www.temelaksoy.com/metafor-yapmak-sihir-yapmak-gibidir/ Erişim tarihi: 19.05.2018