

Sağlık Yönetimi ile Beslenme ve Diyetetik Öğrencilerinin Strateji Algıları Üzerine Metaforik Bir Çalışma

Metaphorical Study on Health Management and Nutrition and Dietetics Students' Perceptions of Strategy

Gamze Aydın Toprak¹

¹İstanbul Arel Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, İstanbul, Türkiye

Cite as: Aydın Toprak G. Sağlık yönetimi ile beslenme ve diyetetik öğrencilerinin strateji algıları üzerine metaforik bir çalışma. Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi. 2025;12(1):79-89.

DOI: 10.54304/SHYD.2025.83436

Öz

Amaç: Bu çalışmanın amacı, Sağlık Yönetimi ile Beslenme ve Diyetetik Bölümü öğrencilerinin strateji kavramına ilişkin algılarının metaforlar yolu ile incelenmesidir.

Yöntem: Araştırmaya bir vakıf üniversitesinin iki farklı lisans programında 2022-2023 eğitim-öğretim yılı güz döneminde öğrenim görmekte olan toplam 91 öğrenci katılmıştır. Araştırmanın verileri "Strateji.... gibidir, çünkü,...." tümcesinin tamamlanmasıyla elde edilmiştir. Verilerin analizinde nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik analiz tercih edilmiştir. Verilerin analizinde MAXQDA 2020 programından yararlanılmıştır.

Bulgular: Araştırma sonucunda öğrencilerin strateji kavramını oldukça çeşitli metaforlarla belirttikleri görülmüştür. Birbirinden farklı 64 metafor geliştirilmiş olup bu metaforlar 11 farklı kategori altında toplanmıştır. Metaforların en çok yoğunlaştığı kategori oyun kategorisidir. Öğrenciler stratejiyi en çok satranç, yol ve hayat kavramlarına benzetmişlerdir.

Sonuç: Araştırmaya katılan öğrencilerin stratejiyi, zihinde oluşturulan, kurumlara yol gösteren ve yetkinliklerini kullanmalarını gerektiren bir tür oyun olarak gördükleri sonucuna ulaşılmıştır. Stratejinin algılanışına dair elde edilen sonuçların; sağlık sektöründe çalışan yöneticilere, insan kaynakları uzmanlarına ve alanda çalışan araştırmacılara eğitim programlarının geliştirilmesi ve örgütlerde daha etkili strateji uygulamalarının geliştirilmesi açısından yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Strateji, metafor, sağlık yönetimi öğrencileri, beslenme ve diyetetik öğrencileri.

Abstract

Aim: The aim of this research is to examine the perceptions of Health Management and Nutrition and Dietetics Department students regarding the concept of strategy through metaphors.

Method: A total of 91 students studying in the fall semester of the 2022-2023 academic year in two different undergraduate programs of a foundation university participated in the research. The data of the research was obtained by completing the sentence "Strategy is like... because,...." Phenomenological analysis, one of the qualitative research methods, was preferred in the analysis of the data. The MAXQDA 2020 program was used in the analysis and visualization of the data.

Results: As a result of the research, it was seen that the students expressed the concept of strategy with quite a variety of metaphors. 64 different metaphors were developed, and these metaphors were grouped under 11 different categories. The category where metaphors were most concentrated is the game category. Students mostly compared strategy to chess, road and life concepts.

Conclusion: It was concluded that the students participating in the research saw strategy as a kind of game that is created in the mind, guides institutions and requires them to use their competencies. It is thought that the results obtained regarding the perception of strategy will guide managers working in the health sector, human resources specialists and researchers working in the field in terms of developing training programs and developing more effective strategy applications in organizations.

Keywords: Strategy, metaphor, health management students, nutrition and dietetics students.

Giriş

Stratejik yönetimin temelini oluşturan strateji kavramı, askeriye, işletme ve spor gibi birçok alanda kendine yer bulan ve geniş etkileri olan bir kavramdır. Yükselen'in (2018) belirttiği gibi strateji kavramı, köklerini aldığı askeri alanın dışına taşmış ve zaman içerisinde daha geniş, kapsayıcı ve daha yoğun çalışılan bir kavram haline gelmiştir. Ancak bu genişleme, kavramı muğlaklaştırmış ve daha derin analizleri gerekli kılmıştır. Türkiye'de strateji üzerine yapılmış araştırmalara bakıldığında, yabancı dergilerde çıkan Türk yazarlı yayınların 2000'li yıllardan sonra artış eğiliminde olduğu görülmektedir (Çubukcu, 2019; Ronda-Pupo ve Guerras-Martin, 2012). Sağlık bilimleri alanında da stratejiler, sağlık hizmetlerinin kalitesini, erişilebilirliğini ve etkinliğini artırabilmek açısından büyük önem taşımaktadır. Günümüzde ve özellikle Türkiye'nin içinde bulunduğu değişken çevre koşullarında stratejik düşünce yapısını oluşturmada kurumları başarıyla yönetebilmek pek olanaklı görünmemektedir (Kayar Çelik ve Aytaç, 2019).

"Strateji" sözcüğü, ordunun önderi anlamına gelen Yunanca "strategos" sözcüğünden türetilmiş olup "stratos" orduyu, "-eg" ise önderlik etmeyi belirtmektedir. Yunanca bir eylem olarak strateji, "kaynakları etkili bir şekilde kullanarak düşmanları yok etmeyi planlamak" anlamına gelmektedir. Bu nedenle, strateji ile ilgili birçok yaygın terim (amaçlar, misyon, güçlü ve zayıf yönler vb.) aslında askeri kökenlere sahip bulunmaktadır (Görmüş, 2020). Strateji kavramı, zaman içerisinde farklı disiplinler ve bakış açılarıyla incelenerek zenginleşmiş bir kavram haline gelerek bir plan, taktikler bütünü, model veya zihinsel bir tasarım olarak ele alınabilmektedir (Çubukcu, 2018). İşletme yönetimi alanı açısından strateji, işletmelerin gelecekte hangi yönde seyredeceğini gösteren ve işletmenin çizilmiş belirli bir rota doğrultusundaki hedefine kilitlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Baykal, 2018). Mintzberg (1987), stratejiyi; amacın gerçekleştirilmesine yönelik bir rehber plan, rakiplerin veya karşıt görüşlerin alt edilmesine olanak tanıyan taktik, eylemlere istikrar sağlayan davranış kalıbı, kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını sağlayan pozisyon ve dünyaya ilişkin bakış açısını belirleyen bir kavram olarak tanımlamaktadır. Tüm bu tanımlar stratejiyi; açık, bilinçli ve amaçlı olarak geliştirilmiş ve uygulandığı belirli kararlardan önce yapılmış bir eylem olarak ele almaktadır (Mintzberg, 1979).

Sağlık kurumları, bir işletme niteliğinde oldukları için strateji ve stratejik yönetim kavramlarına önem vermeye başlamışlardır. Bu doğrultuda Kandemir ve Uğurluoğlu (2017) sağlık kurumları yönetimi yazınında, stratejik yönetim üzerine yapılmış araştırmaları incelemiş ve yürütülen çalışmaların ağırlıklı olarak yöneticiler ve hastaneler üzerinde yoğunlaştığını belirlemiştir. Bir başka çalışmada, ilaç firması yöneticilerinin rekabet stratejileri ve yönetsel yetkinlikleri incelenmiş ve yöneticilerin stratejik bakış açıları yönünden %54,1'inin yetkin olduğu ve %45,9'unun ise yetkin olmadığı saptanmıştır (Leventeli ve Incaz, 2021).

Tüm kuruluşlar gibi sağlık kurumları da varlıklarını sürdürebilmek, devamlılıklarını sağlamak, rekabet üstünlüğü elde etmek ve potansiyel rakiplerinin önüne geçmek için stratejilerden yararlanmaktadır (Görmüş, 2020). Bu bağlamda, sağlık bilimleri alanında eğitim alan öğrencilerin strateji algılarının incelenmesi, gelecekteki sağlık kurumlarında alacakları mesleki rolleri açısından büyük önem taşımaktadır. Bu araştırma ile ayrıca söz konusu alanlarda eğitim gören öğrencilerin bu kavramı nasıl içselleştirdikleri ve gelecekte sağlık meslek üyeleri olarak karşılaşacakları çevresel sorunlar karşısında stratejik düşünebilme becerilerini nasıl uygulayabilecekleri ile ilgili önemli verilerin elde edileceği öngörülmektedir.

Konuyla ilgili bilimsel yazında stratejik yönetim literatürü örüntüsünü araştırmayı amaçlayan bir araştırmada, stratejik yönetim konularının sağlık yönetimi dergilerinde daha az ele alındığı ve yöntem açısından da genellikle anket veya gözlem yönteminin kullanıldığı belirlenmiştir (Köseoğlu ve ark., 2015). Öztürk ve Ünal (2023) sağlık yönetimi bakış açısından stratejik yönetim çalışmalarını bibliyometrik açıdan incelemiştir. Bu çalışmada, sağlık yönetimi alanında stratejik yönetim anahtar sözcüğüyle bağlantılı olarak taranan makaleler (n:1736) içerisinde 2010-2020 yılları arasında Türkiye'den yalnızca iki çalışmaya ulaşılabilmektedir. Sağlık kurumları yönetimi alanında ve stratejik yönetim temasını içeren tezlerde en fazla araştırılan konuların; stratejik yönetim bilgi düzeyi ile stratejik yönetim araçları olduğu görülmüştür (Küçükçakır ve Kayar, 2023). Benzer şekilde Toplu-Yaşloğlu ve ark., (2018) de bilimsel yazında stratejik yönetim alanına ilişkin yöneticilere

dönük iç görüleri pek çok eserde yeteri kadar yer verilmediğini vurgulamışlardır. Farklı sektörlerden yöneticilerin strateji ve ilişkili kavramlara yükledikleri anlamları araştırmayı amaçlayan bir başka çalışmada, ders kitaplarında yer alan bilgilerin kapsamının, strateji olgusunun uygulama alanında yetersiz kaldığı belirtilmiş ve var olan kaynakların daha çok batı toplumunda üretilmiş olduğu vurgulanmıştır. Yazarlara göre Türkiye’de yöneticilerin strateji ile ilgili bilgileri de birbirini tekrar eden bir görünüm sergilemektedir (Taş ve ark., 2020).

Konuya ilişkin yapılan çalışmalarda üniversite öğrencilerinin; okul (Kara ve Bozbayındır, 2019; Tulunay Ateş, 2016), öğretmen (Koç, 2014; Yılmaz ve ark., 2013), çevre (Özcan ve ark., 2020), değer (Aydın ve Sulak, 2015), rekreasyon (Gözen, 2019), lider (Aras, 2022) ve sağlık yöneticisi (Yılmaz ve ark., 2020) gibi kavramlara ilişkin metaforik algılarının incelendiği görülmektedir. Bilimsel yazında, sağlık bilimleri alanında eğitim gören üniversite öğrencilerinin strateji veya ilişkili benzer bir kavrama yönelik bakış açılarını metaforik açıdan ele alan herhangi bir çalışmanın eksikliği göze çarpmaktadır. Bu çalışma henüz çalışma yaşamına atılmamış olan öğrencilerin, strateji algılarının ortaya çıkarılmasının amaçlanması açısından alan yazına önemli bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Türü: Bu araştırmanın amacı, sağlık yönetimi ile beslenme ve diyetetik öğrencilerinin strateji kavramını algılayış biçimlerini metaforlar aracılığıyla incelemektir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik yaklaşım kullanılmış olup en geniş anlamıyla fenomenoloji, belirli bir bireye ait yaşanmış deneyimlerin toplamını belirtmektedir. Fenomenoloji, özellikle sosyal ve sağlık bilimleri, felsefe, sosyoloji, psikoloji ve eğitim gibi birçok alanda yaygın olarak kullanılmaktadır (Tekindal ve Uğuz Arsu, 2020). Metaforlar ise herhangi bir olgu hakkında düşünebilmek için zihinsel bir tür çerçeve sunmakta ve bireylerin yüksek düzeydeki soyut, karmaşık veya kuramsal olguları anlamlandırabilmeleri için güçlü bir zihinsel araç olarak nitelendirilmektedir (Terzioğlu Barış, 2020). Metaforlar, yapıları gereği bilişsel gelişmeyi ve düşünceleri sözcüklerle belirtmeyi destekleyen bir araç niteliği taşımaktadır. Bu araç kullanılarak yapılacak olan araştırmaların ise nitel yöntemlerle gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Üzüm ve Şenol 2021). Bu nedenle öğrencilerin strateji algılarının belirlenmesinde metaforlar kullanılmaktadır. Araştırmada, nitel çalışmaların raporlanmasında genel kabul gören COREQ (*Consolidated Criteria for Reporting Qualitative Research*) kontrol listesi ölçütleri dikkate alınmıştır.

Araştırma soruları: Araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır.

- Öğrencilerin strateji kavramına ilişkin üretmiş oldukları metaforlar nelerdir?
- Öğrencilerin strateji kavramına ilişkin metaforları hangi kavramsal kategoriler altında toplanmaktadır?

Araştırmanın Evren ve Örneklemi: Araştırmanın evrenini, İstanbul ilinde bulunan bir vakıf üniversitesinin 2022-2023 Eğitim-Öğretim yılı güz yarıyılında Beslenme ve Diyetetik ile Sağlık Yönetimi bölümlerinde kayıtlı bulunan öğrenciler oluştururken, örneklemi araştırmaya katılımda gönüllü olan 93 öğrenci oluşturmuştur. İlgili bölümün öğrencileri kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırmacı ile katılımcılar arasında öğrenci-öğretmen ilişkisi bulunmaktadır. Ancak veri toplamadan önce katılımcılara bu durumun bir baskı oluşturmaması için gerekli açıklamalar yapılarak sözlü ve yazılı onamları alınmış ve herhangi bir notlandırma ile ilişkilendirilmeyeceği bilgisi verilmiştir.

Verilerin Toplanması: Araştırmanın verileri, araştırmacı tarafından oluşturulan bir form aracılığıyla 2022-2023 eğitim-öğretim yılı güz dönemi ilk ders haftasında sınıf ortamında toplanmıştır. Form, katılımcıları tanıtan üç soru ile “*Strateji.... gibidir; çünkü....*” tümcesini içermektedir. Öğrencilere metafor kavramı üzerine kısaca bilgi verildikten sonra formunu tamamlamaları istenmiştir. Ayrıca herhangi bir kısıtlama veya yönlendirme yapılmamış, metaforları üretirken yalnızca hayal güçlerini kullanmaları istenmiştir. Veriler, araştırmacı tarafından yüz yüze toplanmıştır.

Verilerin Değerlendirilmesi: Verilerin analiz süreci, aşağıdaki şekilde gerçekleştirilmiştir.

Birinci aşama olan kodlama ve ayıklama aşamasında öncelikle tüm tümceler dikkatlice okunmuş ve gerekçesi açıkça belirtilmeyen, eksik ya da belirsiz açıklamalar kapsam dışı bırakılmıştır. Toplamda 93 yanıt alınmıştır. Ancak iki karışık ve anlaşılmayan yanıt elenmiş ve 91 yanıt ile analize devam edilmiştir.

İkinci aşama olan örnek metafor imgesini derleme aşamasında, verilerin tek seferde kolayca kodlanması söz konusu olmamıştır. Nitel araştırmalarda, dil ve imgelerin titizlikle incelenmesi, kişilerin deneyimlerine ilişkin ortaya çıkan anlamlar ve örüntüler üzerinde de derinlemesine düşünülmesi gerektiğinden (Saldana, 2019), bu doğrultuda tümceler tekrar gözden geçirilerek kontrol edilmiş ve metafor imgeleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Üçüncü aşama olan kategori geliştirme aşamasında, katılımcıların geliştirdikleri metaforik tümceler tanıtıcı bilgilerini de içerecek şekilde tek bir liste halinde toplanmış ve gelişigüzel sıralanmıştır. Böylece her bir sıra numarası her bir katılımcı için takma ad (mahlas) haline gelmiştir. Örneğin, 25. sırada yer alan tümcenin sahibi olan öğrenci (Ö25) olarak anonimleştirilmiştir. Sonrasında metaforların gerekçeleri ve yapılan benzetmeler gruplanarak kategoriler oluşturulmuştur (Örnek: Oyun, Yapı).

Dördüncü aşama olan geçerlilik ve güvenilirliği sağlama aşamasında, geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması için, Miles ve Huberman (1994) yöntemine göre görüş ayrılığı ve birliğini yansıtırma oranını belirlemek için araştırmacı dışında alanında uzman bir öğretim üyesinin görüşü ele alınmış ve formüle (Güvenilirlik = Görüş birliği / Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı x 100) uygulanmıştır. Bu hesaplama sonucu araştırmanın güvenilirliği 0,96 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre çalışmanın güvenilir olduğunu söylemek olanaklıdır.

Beşinci ve son aşamada ise veriler düzenlenerek tablolar şeklinde bulgularda sunulmuştur.

Araştırmanın Etik Yönü: Araştırmanın veri toplama aşamasında öğrencilere bilimsel araştırmaya katılmanın tamamen gönüllülük esasına dayandığı ve herhangi bir notlandırmanın söz konusu olmayacağı bilgilendirme yapılmıştır. Dağıtılan soru formu içinde gerekli bilgilendirmeler yapılmış olup katılımcıların yazılı onamları alınmıştır. Çalışmanın etik ilkelere uygunluğu, İstanbul Arel Üniversitesi Etik Kurulu'nun 19.08.2022 tarih ve 2022/14 sayılı kararınca onanmıştır. Çalışmada "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamındaki tüm kurallara uyulmuştur.

Araştırmanın Sınırlılıkları: Araştırmada seçili sağlık bilimleri disiplinleri olan, Beslenme ve Diyetetik ile Sağlık Yönetimi bölümlerinde okuyan öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Bu bağlamda araştırmanın sonuçları tüm sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin algılarını yansıtmamakta olup yalnızca araştırmaya katılan öğrencilerle sınırlıdır.

Bulgular

Tablo 1'de katılımcılara ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcılara ilişkin tanıtıcı bilgilerin dağılımı (N:91)

Değişken	n	%
Cinsiyet	Kadın	63
	Erkek	26
Bölüm	Sağlık Yönetimi	58
	Beslenme ve Diyetetik	33
Sınıf	1. sınıf	26
	2. sınıf	34
	3. sınıf	2
	4. sınıf	29

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük bir kısmı kadın (%69,23) olup en fazla katılım gösterenler 2. ve 4. sınıf öğrencileri iken katılımcıların büyük bir kısmı (%63,77) Sağlık Yönetimi Bölümü öğrencisidir.

Araştırmanın birinci sorusu için öğrencilerin strateji kavramına yönelik ürettikleri metaforların sıklık ve yüzdelik dağılımları Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Öğrencilerin “Strateji” kavramına ilişkin geliştirdikleri metaforlar (N:91)

Sıra	Metafor	n	%	Sıra	Metafor	fn	%
1	Ahret hayatı	1	1,10	33	Koruma kalkanı	1	1,10
2	Ajanda	1	1,10	34	Kullanma kılavuzu	2	2,20
3	Akıl	2	2,20	35	Kumar	2	2,20
4	Akıl oyunu	2	2,20	36	Kurgu	1	1,10
5	Anahtar	2	2,20	37	Labirent	1	1,10
6	Anne-baba	1	1,10	38	Madalyon	1	1,10
7	Araba kullanmak	1	1,10	39	Matematik	1	1,10
8	Araç kullanmak	1	1,10	40	Matruşka	1	1,10
9	Aslan	2	2,20	41	Navigasyon	2	2,20
10	Basamak	1	1,10	42	Okul	1	1,10
11	Bataklığa düşmüş biri	1	1,10	43	Olta	1	1,10
12	Beslenmek	1	1,10	44	Oyun	2	2,20
13	Bina temeli	1	1,10	45	Parmak izi	1	1,10
14	Domino oyunu	1	1,10	46	Plan	2	2,20
15	Duygusal bir film	1	1,10	47	Pusula	1	1,10
16	Dümen	1	1,10	48	Rehber	1	1,10
17	Dümbün	1	1,10	49	Rota	1	1,10
18	Empati kurmak	1	1,10	50	Satranç	13	14,29
19	Felsefe	1	1,10	51	Siyaset	1	1,10
20	Futbol	2	2,20	52	Takım çalışması	1	1,10
21	Hamle yapmak	1	1,10	53	Taşıt-sürücü bağı	1	1,10
22	Harita	1	1,10	54	Timsah	1	1,10
23	Hayal gücü	1	1,10	55	Vizyon	1	1,10
24	Hayat	3	3,30	56	Yapboz	1	1,10
25	İnsan	2	2,20	57	Yatırım yapmak	1	1,10
26	İhtiyaç	1	1,10	58	Yelken	1	1,10
27	Jenga	1	1,10	59	Yemek yapmak	1	1,10
28	Kale	1	1,10	60	Yol	3	3,30
29	Karar vermek	1	1,10	61	Yönetici	1	1,10
30	Karınca-ağustos böceği	1	1,10	62	Yönlendirmek	1	1,10
31	Kılıç	1	1,10	63	Zeka oyunu	1	1,10
32	Kodlama	1	1,10	64	Zeka	1	1,10

Tablo 2 incelendiğinde toplam 64 farklı metafor geliştirildiği görülmektedir. En sık yinelenen metafor satranç (13) olup satrançtan sonra en sık yinelenen metaforlar ise hayat (3) ve yol (3) metaforlarıdır.

Araştırmanın ikinci sorusu için ise, öğrencilerin geliştirilmiş oldukları metaforlar 11 farklı kategoride toplanmış ve dağılımları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Geliştirilen metaforların kategorilere göre dağılımı (N:91)

Sıra	Kategori/Metaforlar	n	%
1	Oyun Satranç (13), futbol (2), kumar (2), akıl oyunu (2), oyun (2), yapboz (1), jenga (1), zeka oyunu (1), domino oyunu (1)	25	27,47
2	Yol Gösterici Yol (3), navigasyon (2), harita (3), plan (2), kullanma kılavuzu (2), dürbün (1), dümen (1), pusula (1), rota (1), rehber (1), labirent (1)	18	19,78
3	Düşünce Akıl (2), araç kullanmak (1), araba kullanmak (1), hayal gücü (1), siyaset (1), kurgu (1), felsefe (1), vizyon (1), karar vermek (1), duygusal bir film (1), takım çalışması (1), zeka (1)	12	13,19
4	Eylem Matematik (1), yemek yapmak (1), beslenmek (1), taşıt-sürücü bağı (1), hamle yapmak (1), kodlama (1), yönlendirmek (1)	7	7,69
5	Eşya Anahtar (2), matruşka (1), olta (1), ajanda (1), koruma kalkanı (1), kılıç (1)	7	7,69
6	İnsan Anne-baba (1), parmak izi (1), insan (2), bataklığa düşmüş biri (1), yönetici (1), empati kurmak (1)	7	7,69
7	Hayat Hayat (3), ihtiyaç (1)	4	4,40
8	Hayvan Aslan (2), karınca ve ağustos böceği (1), timsah (1)	4	4,40
9	Yapı Bina temeli (1), okul (1), kale (1)	3	3,30
10	Araç Yelken (1), basamak (1)	2	2,20
11	Ödül Madalyon (1), yatırım yapmak (1)	2	2,20
	Toplam	91	100

Buna göre strateji kavramı en fazla *oyun* (%27,5), *yol gösterici* (%19,8) ve bir tür *düşünce* (%13,2) olarak ele alınmıştır. Toplam 11 kategoride gruplanmış olan metaforik anlatımlardan örnekler aşağıdaki gibidir.

Kategori 1: Oyun

Oyun kategorisinde satranç (13), futbol (2), kumar (2), akıl oyunu (2), oyun (2), yapboz (1), jenga (1), zeka oyunu (1), domino oyunu (1) olmak üzere yirmi beş tane metafor bulunmaktadır. Örnek söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji satranç gibidir; çünkü doğru taşlar doğru anlarda doğru karelere koyulmazsa oyun sonunda mat olunur. Strateji de aslında böyledir. Doğru zamanda fırsatları görüp ona göre doğru adımlar atılırsa başarılı olunur." (Ö2)

"Strateji kumar gibidir; çünkü aynı strateji gibi kumarda da bir kesinlik yoktur. İki de biraz şans biraz da taktik işidir. Elinizden geleni yapar, varınızı yoğunuzu ortaya koyar, tüm ihtimalleri düşünür ona göre hamlenizi yaparsınız." (Ö67)

"Strateji satranç gibidir; çünkü her ikisinde de ulaşılmak istenen bir sonuç ve bunun sonucunda izleyeceğimiz bir yol vardır." (Ö52)

Kategori 2: Yol gösterici

Yol gösterici kategorisinde yol (3), navigasyon (2), harita (3), plan (2), kullanma kılavuzu (2), dürbün (1), dümen (1), pusula (1), rota (1), rehber (1), labirent (1) olmak üzere on iki tane metafor bulunmaktadır. Örnek söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji, kullanma kılavuzu gibidir; çünkü ikisinde de belirlenmiş kurallar vardır. Strateji adeta bir kullanma kılavuzu gibi yol göstererek nasıl bir gidişat izleneceğini belirler." (Ö17)

"Strateji dürbün gibidir; çünkü önüne bakmanı sağlar. Bir dürbün yardımıyla uzaktaki tehlikeleri fark edebiliriz ve onlar bize yaklaşmadan biz çoktan önlemimizi alırız. Stratejide bunun gibidir aslında kafanda kurduğun ihtimaller dahilinde her şeye hazırlıklı olmanı sağlar." (Ö8)

"Strateji dümen gibidir; çünkü okyanusta dümeni doğru yere kırmazsak buz dağına çarpabiliriz. Eğer yanlış strateji yaparsak yani gemimizin dümenini yanlış kırsak bir sorunla karşı karşıya kalabiliriz." (Ö21)

Kategori 3: Düşünce

Düşünce kategorisinde akıl (2), araç kullanmak (1), araba kullanmak (1), hayal gücü (1), siyaset (1), kurgu (1), felsefe (1), vizyon (1), karar vermek (1), duygusal bir film (1), takım çalışması (1), zeka (1) olmak üzere sekiz tane metafor bulunmaktadır. Örnek söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji felsefe gibidir; çünkü felsefenin temelinde soru vardır ve çok iyi düşünmemizi sağlar. Stratejik kararlar verirken de sorular sorup kararlar vermemiz gerekir." (Ö61)

"Strateji akıl gibidir; çünkü bir işletme için en temelde aklın olması gerekir. Düşünce aklın ürünüdür. Çevreyi izlemeye, ihtiyaçları belirlemeye, neyi nerede yapmak gerektiğine en doğru kararı verilebilmeyi akıl sağlar." (Ö14)

"Strateji hayal gücü gibidir; çünkü strateji bence hayalimize ulaşmak için atacağımız güçlü adımları belirlemektir." (Ö43)

Kategori 4: Eylem

Eylem kategorisinde matematik (1), yemek yapmak (1), beslenmek (1), taşıt-sürücü bağı (1), hamle yapmak (1), kodlama (1), yönlendirmek (1) olmak üzere yedi tane metafor bulunmaktadır. Bu kategoride öğrenciler stratejileri planlamanın ve uygulamanın bir beceri gerektirdiğine vurgu yapmışlardır. Örnek söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji yatırım yapmak gibidir; çünkü her ikisi de kazandırır." (Ö7)

"Strateji beslenmek gibidir; çünkü vücudumuz kendisi için gerekli enerjiyi sağlamak amacıyla beslenmeye ihtiyaç duyar. Bir amaca yönelik çalışırken başarıya ulaşmak için de stratejiye ihtiyacımız vardır. Vücudumuz için beslenme ne kadar önemliyse, üzerinde çalıştığımız konuda başarılı olmak için yaptığımız strateji de o kadar önemlidir." (Ö28)

"Strateji matematik gibidir; çünkü belirli bir hedefe ulaşmak için birçok yol, yöntem denemek gerekir." (Ö19)

Kategori 5: Eşya

Eşya kategorisinde anahtar (2), matruşka (1), olta (1), ajanda (1), koruma kalkanı (1), kılıç (1) olmak üzere yedi tane metafor bulunmaktadır. Örnek söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji anahtar gibidir; çünkü bir kilidi açmanın en kolay ve mantıklı yolu anahtar kullanmaktır. Yanlış anahtarla kilidi açmaya çalışırsak nafile bir çaba sarf ederiz ve asla amacımıza ulaşamayız. Doğru anahtarla doğru kilidi açmak ise bize hem zaman kazandırır hem de amacımıza ulaşmış oluruz." (Ö4)

"Strateji koruma kalkanı gibidir; çünkü işletmeyi dış çevreden gelebilecek birçok sorundan, etkilenebileceği dış unsurlardan, sektör kaynaklı krizlerden korumayı hedefler." (Ö46)

Kategori 6: İnsan

İnsan kategorisinde anne-baba (1), parmak izi (1), insan (2), bataklığa düşmüş biri (1), yönetici (1), empati kurmak (1) olmak üzere yedi tane metafor bulunmaktadır. Örnek söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji bataklığa düşmüş birinin çırpınmadan öylece duruşu gibidir; çünkü bataklık, çırpındıkça insanı daha da dibe çeken bir girdap gibidir. Önemli olan o bataklıktan çıkmak değil, o bataklığın dibine inmemektir. İşte bu yüzden strateji, o bataklıkta sakince durup etrafta tutunabilmek için bir dal aramak olarak da nitelendirilebilir. Tutunulacak dal bulunduğu anda ise o bataklıktan çıkmak için gerekli çırpınışlar sergilenmelidir." (Ö37)

"Strateji anne ve babamız gibidir; çünkü bize en doğru yolu gösterir." (Ö6)

"Strateji yönetici gibidir; çünkü strateji, başarılı olanı taklit etmek değil, farklı olanı yaratmaktır. Yönetici de alanında başarılı olmayı, çeşitli stratejilerle sağlamaya çalışır." (Ö40)

Kategori 7: Hayat

Hayat kategorisinde hayat (3), ihtiyaç (1) olmak üzere dört tane metafor bulunmaktadır. İlgili söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji hayat gibidir; çünkü hayatı yaşamak için bir amacın olmalıdır. O amaçlara ulaşabilmek için pek çok yol üzerinden geçmemiz gerekmektedir. Bu amaçlara ulaşmak stratejik olarak düşünmeden varabileceğimiz amaçlar değildir." (Ö53)

"Strateji hayat gibidir; çünkü hayatımız da doğduğumuz andan itibaren başlayan amaçlar zinciridir. Ve bu amaçlar doğrultusunda geleceğimiz için en iyi stratejiyi bularak amacımıza ulaşmaya çalışıyoruz. Bu yüzden de strateji hayat gibidir amaçların için geleceğin için bir şeyleri tasarlamak ve yapmaktır." (Ö56)

Kategori 8: Hayvan

Hayvan kategorisinde aslan (2), karınca ve ağustos böceği (1), timsah (1) olmak üzere dört tane metafor bulunmakta olup buna ilişkin söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji timsah gibidir; çünkü her zaman avını bekleyip tetikte olması gerekir." (Ö33)

"Strateji aslında bir aslanın avını yakalaması gibidir; çünkü, aslanlar planlı hareket eden hayvanlardır." (Ö45)

"Strateji karınca ve ağustos böceği gibidir; çünkü yazın her şey iyiyken kışın geleceğini bilen (ya da tahmin eden) ve ona göre çalışan hayatta kalır." (Ö25)

Kategori 9: Yapı

Yapı kategorisinde bina temeli (1), okul (1), kale (1) olmak üzere üç tane metafor bulunmaktadır. Bu kategoriyle ilgili söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji okul gibidir; çünkü bir öğrenci nasıl başarılı olabilmek adına aldığı her ders için farklı bir çalışma yöntemi ile hareket ediyor ve öğreniyorsa stratejide de yönetici karşılaştığı her durum için farklı bir çözüm yolu farklı bir strateji geliştirmektedir." (Ö58)

"Strateji kale gibidir; çünkü sizi koruyarak fikirlerinizi ve hayallerinizi gerçekleştirmenizde en önemli rolü oynamaktadır." (Ö64)

"Strateji bir binanın temeli gibidir; çünkü bir binayı inşa ederken en önemli şey o binanın temelidir, kuruluşudur. Binayı inşa edince nasıl yapılacağını, bu binayı inşa etmeden önce ileride nasıl bir sorunla karşılaşılacağını öngörmek ve sezmek gerekir. Eğer bunları öngörmese ileride çok büyük sorunlarla karşılaşabilir. Yani bir nevi ileriye bakarak eldekilerle arzu edileni en iyi şekilde ortaya çıkarmaktır." (Ö55)

Kategori 10: Araç

Araç kategorisinde yelken (1), basamak (1) olmak üzere iki tane metafor bulunmakta olup buna ilişkin söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji basamak gibidir; çünkü en üst basamağa ulaşabilmemiz için hangi basamakları aşmamız gerektiğini bilmemiz gerekir." (Ö72)

"Strateji yelken gibidir; çünkü teknenin yol alabilmesi için yelkene ihtiyacı vardır. Strateji de işletmelerin amacına ulaşması için gerekli bir yoldur. Teknenin gitmek istediği yeri amacı olarak düşündüğümüz de amacına ulaşmak yelkene olan gereksinimi görebiliriz." (Ö68)

Kategori 11: Ödül

Ödül kategorisinde madalyon (1), yatırım yapmak (1) olmak üzere iki tane metafor bulunmaktadır. Buna ilişkin söylemler aşağıdaki şekildedir.

"Strateji madalyon gibidir; çünkü onu aldığınızda kazanırsınız. Eğer işletmelerin madalyona ihtiyacı varsa mutlaka ona giden yol doğru stratejiden geçer." (Ö1)

"Strateji yatırım yapmak gibidir; çünkü her ikisi de kazandırır." (Ö7)

Tartışma

Sağlık bilimleri fakültesi öğrencilerinin strateji kavramına ilişkin görüşlerini ortaya koymak üzere gerçekleştirilen bu araştırmada 11 kategoride 64 farklı metafor toplanmıştır. Bu metaforların toplandıkları kategoriler ise oyun, yol gösterici, düşünce, eylem, eşya, insan, hayvan, yapı, araç, ödül ve amaç olarak şekillenmiştir. Öğrencilerin geliştirdikleri metaforların çeşitliliği, stratejinin sadece iş veya yönetim alanlarıyla sınırlı kalmadığını, aynı zamanda hayatın birçok yönüyle iç içe olduğunu göstermektedir.

Çalışmada en sık yinelenen metafor satranç olup satranç, stratejik düşünme, planlama yapma ve rakibin hamlelerine karşılık verebilme yeteneği gerektiren bir oyundur. Satrançta, başarılı olmak için var olan durumu analiz edebilmek, rakibin stratejisini kavramak ve buna göre hamleler planlamak gerekmektedir. Ayrıca satranç ve domino oyunu metaforlarının bu kadar sık yinelenmiş olmasında alandaki ders kitap kapaklarında kullanılan görsellerin etkili olmuş olabileceği de düşünülmüştür. Bu konuda hem göstergebilimsel hem de metaforik açıdan daha fazla araştırılmasına gereksinim bulunmaktadır. Yol gösterici, araç ve yapı olarak strateji temaları, İzgar'ın (2020) araştırma sonuçları ile benzeşmektedir. İlgili çalışmada da dürbün, satranç, rota ve kullanma kılavuzu gibi metaforlar yol gösterici olarak stratejik plan kategorisinde yer almaktadır.

Stratejik bilince sahip olmak bir yünden stratejik düşünceyi belirtmektedir (Aytar, 2019). Aşçı'nın da (2017) vurguladığı gibi yönetim kademesinde bulunanlar için stratejinin ne kadar doğru algılandığı veya kavramsal açıdan ne ifade ettiği önemlidir. Bu araştırmada da strateji kavramının insanın parmak izine benzetilmesi (Ö20) ilgi çekici bir bulgu olarak değerlendirilmiştir.

İnsan olarak strateji kategorisinde yer alan bu söylemlere göre strateji, kesin bir doğru yoldan çok kişiye göre değişen ve özgünlüğü vurgulanan bir kavram olarak tanımlanmıştır. Benzer doğrultuda metaforik olarak hayvanlara benzetilen özellikler (planlı hareket etme, tahmin etme, tetikte bekleme gibi) insanlar tarafından da sergilenebilmektedir.

Stratejilerin iki temel özelliği bulunmakta olup bu uygulandıkları eylemlerden önce yapılması ve bilinçli olarak geliştirilmesidir (Mintzberg, 1987). Bu bağlamda dördüncü kategoride stratejinin amaçlı bir eylem olarak nitelendirilmesi bu görüşle uyum göstermektedir. Ayrıca bu bulgu; Taş ve arkadaşları (2020) çeşitli düzeylerde görev yapan yöneticilerin strateji ve ilişkili kavramlara uygulama yaşamında yükledikleri anlamları araştırdıkları çalışmasında elde ettikleri sonuçla da benzeşmektedir. Öte yandan stratejiler her ne kadar başarıyı garanti etmese de katılımcıların strateji kavramını ödülleri ilişkilendirdikleri görülmüştür. Katılımcılar stratejiyi ödülle bağdaştırarak onu kazandıran bir kavram olarak gördüklerini belirtmişlerdir.

Katılımcıların stratejiyi oyunlarla (satranç, futbol, kumar) ve yol gösterici araçlarla (navigasyon, harita, pusula) ilişkilendirmesi, Porter'ın rekabet odaklı strateji anlayışıyla da uyum göstermektedir. Porter, stratejinin sadece var olan kaynakların en iyi şekilde kullanılmasını değil, aynı zamanda rekabetçi bir ortamda ayırt edici bir konum elde etmeyi gerektirdiğini vurgulamaktadır (Porter, 1996). Konuyla ilgili bilimsel yazında, değişen çevre koşullarıyla birlikte strateji anlayışlarının da önemli ölçüde farklılık gösterdiği ve bu farklılıkların stratejinin nasıl ele alınması gerektiğine yansıdığı belirtilmektedir (Gürcan, 2022).

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak öğrencilerin, stratejiyi standart bir planlama aracı olarak değil, aynı zamanda rakipleri alt etmeye yönelik bir beceri geliştirme ve karar verme süreci olarak da değerlendirdikleri görülmüştür. Bu bulgu, strateji kavramının yalnızca kuramsal değil, uygulamaya dayalı bir deneyim olarak ele alınması gerektiği konusunda önemli ipuçları sunmaktadır.

Çalışmanın kısıtları çerçevesinde ileride yapılacak olan çalışmalarda farklı bölüm öğrencileri ile karşılaştırmalı olarak strateji kavramını nasıl algıladıkları araştırılması önerilebilir. Ayrıca strateji kavramına ek olarak, taktik veya plan gibi stratejiyle ilişkili kavramların nasıl algılandıklarının da incelenmesi önerilebilir.

Yazarlık Katkısı: Yazarlar makaleye katkılarını şu şekilde beyan etmektedir; çalışma fikri ve tasarımı: GAT; veri toplama: GAT; sonuçların analizi ve yorumlanması: GAT; aday makalenin hazırlaması: GAT. Yazar sonuçları gözden geçirdi ve makalenin son halini onayladı.

Etik Kurul Onayı: İstanbul Arel Üniversitesi Etik Kurulu tarafından onaylanmıştır (Tarih: 19.08.2022 - Karar No: 2022/14).

Çıkar Çatışması: Yazarlar herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Finansal Destek: Yazarlar çalışmanın finansman desteği olmadığını beyan ederler.

Katılımcı Onamı: Katılımcıların bilgilendirilmiş onamları alınmıştır.

Author Contribution: The authors confirm contribution to the paper as follows; study conception and design: GAT; data collection: GAT; analysis and interpretation of results: GAT; draft manuscript preparation: GAT. The author reviewed the results and approved the final version of the manuscript.

Ethics Committee Approval: İstanbul Arel University Ethics Committee approval was obtained (Date: 19.08.2022 - Number: 2022/14).

Conflict of Interest: The authors declare that there is no conflict of interest.

Funding: The authors declare that the study has no financial support.

Informed Consent: Informed consent of the participants were obtained.

Kaynaklar

Aras, M. (2022). Üniversite öğrencilerinin "lider" kavramına ilişkin metaforik algıları. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 57(1), 427–441. <https://doi.org/10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.22.02.1747>

Aşçı, B. (2017). Stratejik yönetici stratejik düşünür mü? Sistem yaklaşımı bağlamında cevap arayışı. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4(11), 11-26.

Aydın, E. & Sulak, S. E. (2015). Sınıf öğretmeni adaylarının "değer" kavramına yönelik metafor algıları. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(2), 482–500. <https://doi.org/10.14686/buefad.v4i2.5000148420>

- Aytar, O. (2019). KOBİ yöneticilerinin stratejik bilinç ve stratejik yönetim algıları üzerine bir içerik analizi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(4), 3483-3499. <https://doi.org/10.33206/mjss.475473>
- Baykal, T. (2018). Örgütlerde etkinlik ve etkililik için stratejik yönetim ve stratejik planlama. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 151-160.
- Çubukcu, M. (2018). Strateji ve yapı uyumu konusunda literatürdeki mevcut çalışmalar. *Sakarya İktisat Dergisi*, 7(3), 79-99.
- Çubukcu, M. (2019). Stratejik yönetim araştırmalarındaki ilerlemeler ve güncel tartışma konuları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 35-57. <https://doi.org/10.20875/makusobed.450569>
- Görmüş, İ. (2020). Strateji ve piyasa ekonomisinde stratejinin sağlık kurumları için yeri. *Bankacılık ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 93-114.
- Gözen, E. (2019). Rekreasyon yönetimi bölümü lisans öğrencilerinin "rekreasyon" kavramına ilişkin metaforik algıları. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3), 397-416. <https://doi.org/10.30692/sisad.610227>
- Gürçan, N. (2022). Strateji kavramının ve stratejik yönetimin yeni yönelim ve kullanım alanları üzerine bir inceleme. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 333-348. <https://doi.org/10.30692/sisad.1066554>
- Izgar, G. (2020). Okul yöneticileri ve öğretmenlerin stratejik plan, vizyon, misyon kavramlarına yönelik bilişsel yapıları ve algıları. *Uluslararası Karamanoğlu Mehmetbey Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 62-70.
- Kandemir, A. & Uğurluoğlu, Ö. (2017). Sağlık kurumları yönetimi literatüründe stratejik yönetim üzerine yürütülen çalışmaların içerik analizi ile incelenmesi. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20(1), 49-68.
- Kara, M. & Bozbayındır, F. (2019). Aday öğretmenlerin okul kavramına ilişkin algıları: Bir metafor çalışması. *Anatolian Turk Education Journal*, 1(1), 18-34.
- Kayar Çelik, B. & Aytar, O. (2019). Örgütlerde stratejik yönetim farkındalığı: Kırşehir ili örneği. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 6(8), 129-146.
- Koç, E. S. (2014). Sınıf öğretmeni adaylarının öğretmen ve öğretmenlik mesleği kavramlarına ilişkin metaforik algıları. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 15(1), 47-72. DOI: 10.17679/iuefd.79408
- Köseoğlu, M. A., Akdeve, E., Gedik, İ. & Bertsch, A. (2015). A bibliometric analysis of strategic management articles in healthcare management literature: Past, present, and future. *International Journal of Healthcare Management*, 8(1), 27-33. <https://doi.org/10.1179/2047971914Y.0000000089>
- Küçükkurt, A. C. & Kayar, G. (2023). Sağlık kurumları yönetimi alanında yayınlanan stratejik yönetim temalı lisansüstü tez çalışmalarının bibliyometrik analizi. *Kalite ve Strateji Yönetimi Dergisi*, 3(1), 25-45. <https://doi.org/10.56682/ksydergi.1231426>
- Leventeli, A. & İncaz, S. (2021). İlaç firma yöneticilerinin rekabet stratejileri açısından yönetsel yetkinliklerini etkileyen faktörler. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 17(2), 403-417.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mintzberg, H. (1979). Patterns in strategy formation. *International Studies of Management & Organization*, 9(3), 67-86. <https://doi.org/10.1080/00208825.1979.11656272>
- Mintzberg, H. (1987). The strategy concept: Five perspectives. *California Management Review*, 30(1), 11-24. <https://doi.org/10.2307/41165263>
- Özcan, Ş., Mertol, H. & Yılmaz, O. (2020). Üniversite öğrencilerinin "çevre" kavramına ilişkin metaforik algılarının karşılaştırılması. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 142-167.
- Öztürk, Z. & Ünal, A. K. (2023). Stratejik yönetim kavramının bibliyometrik ve doküman açısından incelenmesi: Sağlık yönetimine bir bakış. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 7(18), 48-69. <https://doi.org/10.54707/meric.1254567>
- Porter, M. E. (1996). What is strategy?. *Harvard Business Review*, 74, 61-78.
- Ronda-Pupo, G. A. & Guerras-Martin, L. Á. (2012). Dynamics of evolution of the strategy concept 1962-2008: A co-word analysis. *Strategic Management Journal*, 33(2), 162-188. <https://doi.org/10.1002/smj.948>
- Saldana, J. (2019). *Nitel araştırmacılar için kodlama el kitabı*. İçinde: A. Tüfekçi Akcan ve S. N. Şad, (Çeviri Editörü). 1. Baskı. Ankara, Türkiye: Pegem Akademi.
- Taş, A., Öztürk, O., Orhan, U. & Ayan, S. (2020). Stratejik yönetimin temel kavramlarına pratikte yüklenen anlamların tespiti üzerine bir araştırma. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 179-207.
- Tekindal, M. & Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel araştırma yöntemi olarak fenomenolojik yaklaşımın kapsamı ve sürecine yönelik bir derleme. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20 (1), 153-182.
- Terzioğlu Barış, E. (2020). Öğretmen kavramına ilişkin sağlık meslek lisesi öğrencilerinin metaforik algıları. *Turkish Studies-Education*, 15(5), 3763-3776. <https://doi.org/10.47423/TurkishStudies.46314>
- Toplu Yaşlıoğlu, D., İnan, A. & Sözüer, A. (2018). Stratejik yönetim araştırmalarında Türkiye kapsamı: 2000-2015 döneminde yayınlanan makalelerin bibliyometrik incelemesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 29(84), 79-92. DOI: 10.26650/imj.2018.29.84.0005

Tulunay Ateş, Ö. (2016). Öğrencilerin öğretmen ve okul metaforları. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 78-93.

Üzümlü, B. & Leyla, Ş. (2021). İşletme programı metaforları: Kocaeli MYO İşletme Programı uzaktan eğitim öğrencileri örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 356-373. <https://doi.org/10.48146/odusobiad.943135>

Yılmaz, F., Göçen, S. & Yılmaz, F. (2013). Öğretmen adaylarının öğretmen kavramına ilişkin algıları: Bir metaforik çalışma. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), 151–164. <https://doi.org/10.17556/erziefd.653091>

Yılmaz, N., Özer, E. & Fettahoğlu, R. (2020). Sağlık yöneticisi kavramına ilişkin bir metafor analizi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 115–124. <https://doi.org/10.18506/anemon.506631>

Yükselen, H. (2018). Strateji kavramını çalışmak. *Güvenlik Stratejileri Dergisi*, 14(27), 1-38.