



JOURNAL OF ART AND DESIGN RESEARCHES
SANAT ve TASARIM
ARAŞTIRMALARI
DERGİSİ

Y Kuşağının Nostalji Eğilimi

Nostalgia Tendency of Generation Y

Fatih DİREN, Ceyhan KANDEMİR

Öz

Bu çalışma ile Y Kuşağına dahil insanların Nostalji eğilimi, araştırılmaktadır. Araştırma için çalışma grubu; Y Kuşağı yani 1980 ile 2000 yılı arası doğumlu insanlar olarak seçilmiştir. Bu çalışmada anket çalışması, örnek olay incelemesi, saha araştırması, yöntemleri kullanılmıştır. 303 kişi ile anket uygulaması yapılmıştır. Yapılan anket uygulamasında 234 kişinin, yüksek oranda nostalji eğilimine sahip olduğu belirlenmiştir. İnsanların nostalji eğilimlerine bakıldığında oransal olarak çok fark olmasada kadınların erkeklere oranla daha yüksek nostalji eğiliminde oldukları görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Y Kuşağı, Nostalji, Geçmişe Özlem

Abstract

With this study, the Nostalgia tendency of the people in the Generation Y is being investigated. The study group for the research was chosen as Generation Y, that is, people born between 1980 and 2000. In this research, survey study, case study, field research, methods were used. A survey was conducted with 303 people. In the survey application, it was determined that 234 people have a high nostalgia tendency. When we examine people's nostalgia tendencies, it is seen that women have a higher tendency to nostalgia than men, although there is not much difference in proportion.

Keywords: Generation Y, Nostalgia, Longing for the Past

- **Alıntılama:** Diren, F. ve Kandemir, C. (2021). Y Kuşağının Nostalji Eğilimi. Sanat ve Tasarım Araştırmaları Dergisi, 2(2), 66-76.
- **Sorumlu Yazar:** Araştırma Görevlisi, Fatih Diren, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Niğde, İstanbul Üniversitesi Radyo Televizyon Sinema Bölümü, Doktora Öğrencisi. ORCID ID: 0000-0003-4189-3215 direnfatih@hotmail.com

Giriş

Modernleşme ile birçok insan, birçok değerini kaybetmiştir. İnsanlar kolektiflikten kopmuş adeta bir kapana kısılmış ve bireysel hayatlarına mahkûm olmuşlardır. Hızlı ve yorucu hayattan bıkan, sıkılan, gelecek ile alakalı umudunu kaybeden, birçok insan geçmişine dönerek, geçmişte yaşadıkları, özellikle çocukluk günlerine özlem duymaktadırlar. Hemen hemen herkes bu kelimeyi hayatında kullanmıştır “Nostalji”. Birçok anlamda kullanılan “Nostalji kelimesi nostos (vatana dönüş), ve algos (acı, özlem), kelimelerin birleşimi (nostalgia) ile orta çıkmış bir kelimedir (Natali, 2004, s.10). Gündelik hayatta kullanımı ise genellikle geçmiş özlümek anlamında kullanılmaktadır.

Nostalji, modern zamanlarda insanların geçmişleri ile bir bağ kurarak anı, şimdiki yaşama aracı haline gelmiştir. Günümüzde ve geçmişte insanların, nostaljiye ilgi duymalarının en önemli nedeni geçmiş bugüne taşıma isteğindedir. Modern zamanın oluşturduğu huzursuz ortam ve boşluk, bir anlamda nostaljiye tutunarak giderilebilmektedir diyebiliriz. Bu bağlamda geçmiş duyulan özlemin ortaya koyulmasında en önemli unsurlardan birisi Nostalji kavramıdır.

Nostalji hissi eski zamanlardan günümüze her dönemde var olmuştur. Ancak kavram olarak literatüre girmesi 1688 yılında İsveçli Doktor Johannes Hofer’in çalışması ile gerçekleşmiştir. Hofer, hasta İsveçli askerler üzerinde bir çalışma yapmıştır. Askerleri inceleyen Hofer, askerlerin evlerine olan özlemlerinden dolayı hastalandıklarını belirlemiştir. Bu hastalığın adını Nostalji koymuştur. Memleketlerinden, evlerinden uzak kalan askerler hastalanmaya başlamışlardır. Nostalji kelimesi nostos (eve dönüş) ve algia (özlem) kelimelerinin birleşiminden (nostalgia) oluşmaktadır (Havlena ve Holak 1992).

Geçmişte hastalık olarak görülen nostalji, modern zamanda, değişen her şeye karşı insanların oluşturdukları savunma mekanizmasıdır diyebiliriz (Pınarbaşı ve Türkyılmaz 2017, s.11). Cutcher’e göre nostalji, şu anın, şimdinin anımsattığı hiçlik ve yokluğa karşı, mazideki, ait olma hissini ve var olmayı anımsatmaktadır (Davis: 1979, 47’den aktaran Cutcher: 2008, s.371). Modern insan birazda melankoli içinde “geçmiş eski güzel günleri” istemektedir. Modern hayat ile insanlığa dair birçok anlamlı değer yok olma sürecine girmiştir. Bu durum da insanların geleceğe ait umutsuzluk içine düşmesine neden olabilmektedir. Bu bağlamda nostalji, insanlara manevi açıdan tatmin vaat etmektedir (Altuntuğ, 2011, s.27).

Boym, nostaljiyi modern zamanların çaresizliği şeklinde tanımlamaktadır. Ona göre nostalji geçmiş ile alakalı değil, geçip giden zaman ile alakalıdır (Boym, 2009, s.495). Boym, nostaljinin iki türü olduğunu, ilkinin “yeniden kurucu nostalji” ikincisinin ise “düşünsel nostalji” olduğunu söyler. Düşünsel nostalji daha bireysel bir özlemden bahsederken, yeniden kurucu nostalji ise toplumsal bir özlemi ifade etmektedir.

Nostalji hissine sadece yaşlı insanların kapıldığını söylemek doğru olmaz. Gençler de yaşadıkları toplumda meydana gelen her türlü olaydan etkilenmektedirler. Bu etkilenme olumsuz yönde olduğunda, gençler umutsuzluk içinde, “geçmiş güzel günler”e sığınabilmektedirler.

Tabi ki Nostalji hissi her insanda, her yaş grubunda aynı düzeyde olmamaktadır. Belli yaş grupları, belli isimler verilerek kategorilere ayrılmışlardır. Bu çalışmada araştırılmaya dahil edilen Kuşak Y Kuşağıdır. Birçok araştırmacı 1980 – 2001 yılları arasında doğanları Y Kuşağına dahil etmektedirler. Bunun dışında tarih aralıkları belirleyenlerde vardır. 1982 ve sonrası (Parry ve Urwin, 2011, s.80), 1981– 2000 (Kupperschmidt, 2000, s.66), 1980 – 1990 (Kyles, 2005, s.54), 1981 – 2000 (Arsenault, 2004, s.125). Bu çalışmada ise 1980 – 2000 yılları arasındaki sınıflandırma kullanılmıştır.

Nostaljinin yoğun yaşanmaya başladığı dönem 1990'lı yıllardır. O yılların müzikleri, televizyon dizileri, kıyafetleri vb. şeyler günümüzde adeta kült haline gelmiş ve çok sevilmektedir. Bu bağlamda özellikle nostaljinin yoğun yaşandığı dönemde doğmuş, büyümüş Y kuşağının nostalji eğiliminin ne seviyede olduğunun araştırılması önemli görülmektedir.

Küreselleşme, kapitalizm, modernleşme gibi kavramların etkisi altına girmiş bazı modern insanların sığınacağı bir liman olan geçmiş, birçok araştırmaya konu olmuştur. İnsan geçmişi ile yaşarken geleceğe odaklanabilir mi? Önemli bir sorudur. İsveçli bir doktor olan Johannes Hofer (1669-1752) nostalji kavramını yazdığı tezde kullanmıştır (Davis, 1979; Gainge, 2000, Boym, 2009). O dönemlerde askerleri çok etkileyen hatta ölümlerine sebep olan bir hastalık vardı. Hastalığın belirtileri: sürekli uyku hali veya uykusuzluk, halsizlik, stres vb. şeylerdi (Hofer, 1934:386 akt. Spengler, 2009 s.12). Bu askerlerin eve özlem duygusu ile acı çekmelerinden dolayı hastalandıkları tespit edilmiştir. O dönemde hastalık olarak görülen Nostalji günümüzde farklı anlamlarda kullanılmakta ve birçok insanı etkisi altına alabilmektedir. Dolayısıyla bu konunun gençler üzerinde araştırılması önemlidir.

Alanyazında yapılan çalışmalara bakıldığında, genellikle Y Kuşağı ve finans alanı ile alakalı çalışmaların yapıldığı görülmektedir; Yeni lüks kavramı bağlamında Y kuşağı ile evrilen tüketim ve Y kuşağının lüks kavramına bakışı, Belgin Yazıcı (2019), Türkiye'deki y kuşağı tüketiciler arasında akaryakıt dağıtım markalarına olan marka sadakati, İlker Arkun (2019), Bilinçli farkındalık tüketimi ve y kuşağı: Anlama, kavramlaştırma ve iletişim, Damla Aktan (2017), Kurumsal sosyal sorumluluğun Y - kuşağı tüketicilerinin satın alma kararı üzerine etkisi ve sosyal medya etkisi, Nadin Özçelik (2015), Yeni medya reklamları kapsamında Y kuşağının satın alma davranışı, Sevda Orha (2020).

Alanyazındaki çalışmalar incelendiğinde, Y Kuşağı ve Nostalji ile alakalı bir çalışmanın yapılmadığı görülmektedir. Bundan dolayı bu araştırmamızın, Y kuşağı ve Nostalji ile ilgili alanda yapılacak olan araştırmalara katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

Kuşak Kavramı ve Y Kuşağı

Önemli toplumsal olayların meydana geldiği yıllarda, hayatı, doğayı, dönemi direkt etkileyen durumları beraber yaşayan gruplara kuşak denilmektedir (Bozorg, 2011, s.3). TDK Felsefe sözlüğünde kuşak ise hemen hemen aynı yıllarda dünyaya gelmiş, aynı dönemin zorluklarını, sıkıntılarını yaşamış, benzer sorumluluklar altına girmiş insan topluluklarıdır (Kuşak, TDK, 2021).

Dünyada kabul edilen beş farklı kuşak vardır (Aciloğlu, 2015, s.21):

- Sessiz Kuşak (Gelenekselciler) (1925-1945)
- Baby Boomers (Bebek Patlaması) (1946-1964)
- X Kuşağı (1965-1979)
- Y Kuşağı (1980-2000)
- Z Kuşağı (2000 ve sonrası)

Kuşaklar genellikle kendilerinden önceki kuşaklardan daha iyi özelliklere sahip olduklarını iddia etmektedirler. Her kuşak kendinden önce gelmiş kuşaklara “gerici, geleneksel” gibi sıfatlar kullanırlar, kendinden sonraki kuşaklara ise “sorumsuz, saygısız” vb. sıfatları yakıştırmaktadırlar (Samur, 2017, s.14; Altuntuğ, 2012, s.205). Bunun yanı sıra aynı kuşak mensuplarının kişilikleri ve yaşam tarzları genellikle birbirine benzemektedir (Demir, Özkoç ve Damgacı, 2017, s.98).

Sınıflandırma yapılan kuşaklardan ilki Sessiz Kuşak’tır. Bu kuşağa “gelenekselciler” ve “savaş kuşağı” da denilmektedir. 1925 ile 1945 yılları arasında doğan insanlar bu gruba dâhil edilmektedir. Bu dönem arasında 2. Dünya Savaşı ve Büyük Ekonomik Buhran yaşanmıştır. Bu kuşağın büyük olayların etkisi altında kaldığı ve büyük zorluklar yaşadığı aşikârdır. Bu dönem Türkiye’de de Cumhuriyet’in ilk yıllarına denk gelmektedir. Türkiye’de bu yıllarda büyük ekonomik zorluklar yaşamıştır (Acılıoğlu, 2015, s.24).

Diğer bir kuşak 1946 ile 1964 yılları arasında doğanları tanımlayan Bebek Patlaması (Baby boomers) kuşağıdır. 2. Dünya Savaşı sonrasında Dünya’nın genelinde nüfus patlaması gerçekleşmiştir. Savaşta birçok insan kaybeden ülkeler nüfuslarını artırmak istemişlerdir. Bu bağlamda bu döneme “Bebek Patlaması” kuşağı denilmiştir. Bu kuşak Sessiz Kuşağın çocuklarından oluşmaktadır. “Bebek Patlaması” kuşağı bir önceki “Sessiz” kuşağa göre görece daha refah bir döneme denk gelmişlerdir. Bu dönemde eğitim ve yaşam şartları daha iyi seviyelerde seyretmiştir. Bu kuşağı 68 Kuşağı’nın mimarları olarak da adlandırmak mümkündür (Özel, 2017, s.5-6). Bu kuşak, çalışkan, kurallara sadık ve azla yetinmeyi bilen bir kuşaktır. Bu kuşağın teknoloji ile iyi ilişkiler içinde olduğu ise söylenemez.

X Kuşağı 1965-1979 yılları arasında doğan insanları temsil etmektedir. Bu kuşakta, “Bebek Patlaması” kuşağının çocuklarıdır. Ebeveynlerinin yaşadıkları dönemdeki zorlukların farkında olan X Kuşağı insanları, iş konusunda oldukça hassastırlar. İşlerine sahip çıkmak için çabalarlar. Bu kuşak teknoloji ile sonradan tanışsa da “Sessiz Kuşak” kadar teknolojiye uzak değildiler. Bu kuşak döneminde de dünyada çeşitli toplumsal, siyasal olaylar meydana gelmiştir. Örneğin Berlin Duvarının yıkılması (1989) ve Soğuk Savaşın bitmesi ile Varşova Paktı’nın dağılması gibi olaylar. Bunların dışında nükleer silahlanmanın artması ve Dünya’yı iki süper gücün yönetmesi gibi durumlar da bu kuşağı etkilemiştir diyebiliriz.

Z kuşağı günümüzde çok konuşulan bir kuşaktır. 2000 yılı ve sonrası doğan kişiler için kullanılan kavramdır. Bu kuşağa dâhil olan insanlar teknoloji ile doğmuş, büyümekte olan insanlardır. Bu kuşak için bilgiye ulaşmak çok hızlı ve kolaydır. Z Kuşağı yeni medya ve internet alanına oldukça hakimdir. Bu kuşak ile alakalı henüz çok fazla bilinmeyen ve araştırılması gereken konu

bulunmaktadır.

Çalışmaya konu olan Y Kuşağı ise 1980 yılı ile 2000 yılı arasında doğmuş insanları kapsamaktadır (Özel, 2017, s.12). Dönemlerin yılları birçok kişiye göre farklılık göstermektedir. Ancak genellikle bu yıllar arası kabul görmektedir. Bu kuşağa aynı zamanda milenyum kuşağı, gelecek kuşak, N Kuşağı gibi isimlerde verilmiştir (Başal, 2018, s.177). Y Kuşağının doğduğu yıllarda Dünya’da serbest ekonomi, kapitalizm gibi kavramlar etkili olmaya başlamıştır. Dolayısıyla her kuşakta olduğu gibi bu kuşağı değerlendirirken de dönemin siyasal, ekonomik şartlarını bilmek gerekmektedir. Bu dönemin getirdiği şartlar nedeniyle insanlarda bireyselleşme artmış aile düzenleri bozulmaya başlamıştır.

Y Kuşağının genel özelliklerine bakmak gerekirse (Yüksekbilgili, 2013, s.346-347; Başal, 2018, s.127):

- Sorgulayıcı özellikleri yüksektir.
- Sadakat duyguları düşüktür.
- Teknolojiyi etkili kullanırlar.
- Online alışverişi severler.
- Aynı anda birçok işi beraber yürütebilirler.
- Öğrenmeye açtırlar, sabırsız ve özgür ruha sahiptirler.
- Otoriteye pek uymazlar, karşı çıkabilirler.
- Girişimcidirler.
- İlgiden hoşlanırlar.
- Özgüvenleri yüksektir.

Y kuşağı bireyleri soru sormaktan çekinmeyen, kendilerine rahatsızlık veren her konuda tartışabilen, kendi fikirlerini ortaya koyabilen bir özelliğe sahiptirler (Angelina, 2011, s.252). Bu nedenle bir anlamda “hassas” kalpli Y Kuşağı insanlarını Dünya’da meydana gelen olaylardan sonra mutsuzluk ve huzursuzluk beklemektedir diyebiliriz. Bu bağlamda şimdiki zamanda mutsuz olan bireylerin “geçmiş güzel günler”e dönmek istemeleri, yani Nostalji duygusuna kapılmaları beklemek doğaldır diyebiliriz.

Bu araştırmanın amacı, Y Kuşağı gençlerin Nostalji eğiliminin olup olmadığının ortaya koyulmasıdır. Ayrıca bu çalışmanın sonuçlarına göre gençlere, ortaya çıkan bulgular çerçevesinde önerilerin sunulması amaçlanmaktadır. Bu genel amaçlar doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- 1.Y Kuşağı gençlerin nostalji eğilimi seviyeleri cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 2.Y Kuşağı gençlerin nostalji eğilimi seviyeleri eğitim düzeylerine göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 3.Y Kuşağı gençlerin nostalji eğilimi ekonomik gelire göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- 4.Y Kuşağı gençlerin nostalji eğilimi seviyeleri yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Y Kuşağı gençlerin nostalji eğilimleri hakkında bir çalışmanın yapılmamış olması ve bu çalışma ile alanyazına katkı sağlanması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Araştırma Y Kuşağı'ndan (1980-2000) seçilen toplam 303 kişi ile sınırlıdır.

Yöntem

Araştırmanın bu kısmında, veri toplama süreci, araştırma yöntemi ve veri analizi basamaklarına yer verilmiştir. Alan araştırması türünde olan bu çalışmada yöntem olarak, anket, saha araştırması, örnek olay incelemesi yöntemleri bir arada kullanılmaktadır.

Katılımcılar

Tablo 1

Yaş, Cinsiyet ve Eğitim Durumları

Yaş	f	%
21-30	164	54,1
31-41	139	45,9
Toplam	303	100
Cinsiyet		
Kadın	218	71,9
Erkek	85	28,1
Toplam	303	100
Eğitim Durumu		
İlkokul-Ortaokul	2	0,67
Lise	4	1,32
Lisans	52	17,16
Yüksek Lisans	219	72,27
Doktora	26	8,58
Toplam	303	100

Tablo 2

İkamet Yeri, Gelir ve Medeni Durum

İkamet Yeri	f	%
Köy-Kasaba	15	5
İlçe	56	18,5
Şehir	96	31,7
Büyükşehir	136	44,9
Toplam	303	100
Gelir Durumu		
1000 TL'den az	34	11,2
1000-1500	9	3
1501-2000	9	3
2001-2500	4	1,3
2501-3000	22	7,3
3000 TL'den fazla	225	74,3
Toplam	303	100
Medeni Durum		
Evli	136	44,9
Bekar	167	55,1
Toplam	303	100

Tablolar incelendiğinde çalışma grubuna katılan kişilerin çoğunluğunun kadın, bekar, eğitim durumu yüksek ve geliri 3000 tl'den fazla, şehir ve büyükşehirlerde yaşayan kişiler olduğu görülmektedir.

Verilerin Toplanması

Çalışmada, Holak ve Havlena'nın 2000 yılında geliştirdiği, Türkçe'ye Altuğ ve Özhan (2017) tarafından çevrilmiş "Nostalji Eğilimi Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek; 5'li likert tipi 16 sorudan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra katılımcılara sosyo-demografik ve ekonomik durumlarını belirlemek amacıyla, araştırmacı tarafından oluşturulan bilgi formu da sunulmuştur. Ayrıca katılımcılardan anketin başında onay alınmıştır. Kişiler anketi çevrimiçi olarak doldurmuşlardır.

Ölçeğin faktör yapısı, nostalji ölçeğine uygun "yapı geçerliliği" temel eksen faktör analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. 15 öge çıkarılmıştır (4, 5, 6, 7, 10, 11, 12, 15, 16, 17, 18, 19, 21, 22 ve 28). Kalan 16 madde, öz değerleri 1'den büyük olan dört faktörlü bir yapı oluşturmaktadır (Altuğ ve Özhan, 2017: 64). Kalan 16 madde, öz değerleri 1'den büyük olan dört faktörlü bir yapıya sahiptir. Çalışmanın ölçeği dört boyutludur. Ölçeğin boyutları Kişisel nostalji, Kişilerarası nostalji, Kültürel nostalji ve Canlandırılmış nostalji şeklindedir.

Verilerin Analizi

Çalışmada, veri analizi sürecinde SPSS veri analiz paket programı kullanılmıştır. Betimsel istatistiklerin yapıldığı analiz sonuçları, bulgular tablolar halinde verilmiştir. Çalışmanın güvenilirlik çalışmaları SPSS v.24 (Statistical Package for Social Sciences) programı ile gerçekleştirilmiştir. Yüzde 95 güvendezeyinde tüm ölçek için Cronbach Alpha 0,78 olarak tespit edilmiştir. Çalışmada katılımcıların eğitim düzeyleri, gelir düzeyleri, ikamet yerleri anova testiyle analiz edilmiştir. Katılımcıların medeni halleri ve yaşları ise T-test ile analiz edilmiştir.

Bulgular

Araştırmanın bu kısmında, cinsiyet, yaş, eğitim durumu, yaşanan yer, gelir durumlarına, medeni durumuna göre nostalji eğilimlerine yer verilmiştir.

Nostalji eğilimi ölçek puanları üç kategoriye ayrılmıştır. Bunlar düşük (0-2.33), orta (2.34-3.66) ve yüksek (3.67-5) puan şeklinde oluşturulmuştur. Puanlar incelendiğinde anketi yanıtlayanların %77,22' si yüksek, %22,11'i orta, %0,66'sı ise düşük nostalji eğilimine sahiptirler. Yüksek nostalji eğiliminde %71,79'u kadınlar, %28,21'i ise erkekler oluşturmaktadır.

Tablo 3

Yaş ve cinsiyete göre nostalji eğilimi oranları

		Yaş		Toplam
		21-30	31-41	
1,00 (düşük)	Erkek	1	2	2
2,00 (orta)	Kadın	31	19	50
	Erkek	6	11	17
	Toplam	37	30	67
3,00 (yüksek)	Kadın	92	76	168
	Erkek	34	32	66
	Toplam	126	108	234
Toplam	Kadın	123	95	218
	Erkek	41	44	85
	Toplam	164	139	303

Tablo incelendiğinde oransal bakımından kadın-erkek arasında fark neredeyse yok. Kadınların %77'si erkeklerin ise %77,6'sı yüksek nostalji eğilimi göstermektedirler. Yaş açısından bakıldığında ise yüksek nostalji eğilimi olanların %53,84'ü 21-30 yaş, %46,16' sısı ise 31-41 yaş aralığındadır.

Tablo 4

Eğitim durumuna göre nostalji eğilimi

Eğitim Durumu		1,00	2,00	3,00	Toplam
		(düşük)	(orta)	(yüksek)	
İlkokul-Ortaokul		0	0	2	2
	Lise	0	0	4	4
Lisans		1	13	38	52
Yüksek Lisans		0	45	174	219
Doktora		1	9	16	26
	Toplam	2	67	234	303

Tabloya bakıldığında oransal bağlamda en yüksek nostalji eğilimi %100 ile ilkokul-Ortaokul ve lise düzeyidir. En düşük oran ise %61 ile Doktora düzeyidir. Bu bağlamda eğitim seviyesi düştükçe nostalji eğiliminin arttığını söylemek yanlış olmayacaktır.

Tablo 5

Medeni duruma göre nostalji eğilimi

Medeni Durum		1,00	2,00	3,00	Toplam
		(düşük)	(orta)	(yüksek)	
Evli		1	25	110	136
	Bekar	1	42	124	167
	Toplam	2	67	234	303

Tabloda evli olan kişilerin (%80,88) bekarlara (%74,25) oranla daha fazla nostaljik eğilim içinde oldukları görülmektedir.

Tablo 6

Gelir durumuna göre nostalji eğilimi

		1,00 (düşük)	2,00 (orta)	3,00 (yüksek)	Toplam
Aylık Gelir	1000 TL'den az	0	10	24	34
	1000-1500	0	1	8	9
	1501-2000	0	2	7	9
	2001-2500	0	2	2	4
	2501-3000	0	5	17	22
	3000 TL'den fazla	2	47	176	225
Toplam		2	67	234	303

Gelire göre nostalji eğilimine bakıldığında en yüksek nostalji eğiliminin %88,88 ile 1000-1500 TL geliri olanlarda, en düşük nostalji eğiliminin ise 2001-2500 geliri olanlarda olduğu görülmektedir.

Tablo 7

İkamet yerine göre nostalji eğilimi

		1,00 (düşük)	2,00 (orta)	3,00 (yüksek)	Toplam
İkamet Yeri	Köy-Kasaba	0	3	12	15
	İlçe	0	11	45	56
	Şehir	0	22	74	96
	Büyükşehir	2	31	103	136
	Toplam	2	67	234	303

İkamet yerine göre nostalji eğiliminin, kırsaldan Büyükşehirde doğru azalma eğiliminde olduğu gözlenmektedir. Köy-Kasabada yaşayanların nostalji eğilimi oranı %79,99, İlçede yaşayanlarda oran %80,35, şehirde yaşayanlarda oran %77,08 büyükşehirde yaşayanlarda ise %75,73'tür. Köy-Kasabadan sonra İlçede oranda hafif bir yükselme görülse de şehir ve büyükşehirde oranlar düşmüştür.

Cinsiyet, yaş ve medeni durumlara yapılan T-test sonucunda cinsiyet ve yaş bağlamında anlamlı bir farklılık olmadığı, medeni durumda ise anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Evlilerin nostaljik eğiliminin bekarlara oranla daha yüksek olduğu görülmüştür.

Gelir durumu, ikamet yeri ve eğitim durumlarına uygulanan Anova testlerinde ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Tartışma, Sonuç ve Öneriler

Alanyazında Y kuşağı ile yapılan çalışmalar incelendiğinde Y kuşağının Nostalji eğilimi hakkında hiçbir çalışmanın yapılmadığı görülmüştür. Bu çalışmanın en nihai sonucu Y kuşağı içerisinde olan insanların nostaljik eğilimlerinin yüksek olduğunun tespitidir. Araştırmaya katılan 303 kişiden 234 kişinin nostalji eğilimlerinin olduğu, yani geçmiş ile alakalı özelemlerinin olduğu görülmüştür. Çalışmaya katılan toplam 303 kişinin 260 kişisi "Eski güzel günlerimi özlerim" seçeneğine "katılıyorum" ve "kesinlikle katılıyorum" demişlerdir. Bu oran oldukça dikkat çekicidir. Daha detaylı yapılacak çalışmalar ile Y Kuşağının neden eski günleri özlediklerinin,

neden günümüzde yeterince mutlu olmadıklarının analizi yapılabilir. Diğer yandan “Bazen geçmişe dönebilmeyi istediğim olur” seçeneğine de 259 kişi “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” ifadelerini kullanmışlardır. İki ifadeye verilen cevaplardan yola çıkılırsa Y Kuşağı için yoğun bir geçmiş özlemi olduğu açıktır diyebiliriz.

Çalışmaya katılanların kadın oranı erkeklere oranla daha yüksektir. Ayrıca kadınların nostaljik eğilimleri de erkeklere oranla yüksektir. Bunun yanı sıra evli insanların bekarlara oranla daha fazla nostaljik eğilim içinde oldukları de belirlenmiştir.

Bu çalışmanın yapılması Y kuşağına yönelik pazarlama ve reklam çalışmalarına yön vermesi bakımından önemlidir. Nostaljik ürün tasarımı ve pazarlanması ile ekonomik alanda katkı alınabilir. Bunun dışında nostalji öğeleri içeren diziler, müzikler ve sinemasal üretim gerçekleştirilebilir. Muhakkak ki bu çalışmanın bütün bir Y kuşağını kapsamaması beklenemez. Ancak bu çalışma ile bir yol haritası belirlenebilir. Ayrıca detaylı çalışmalar ile Y kuşağının ve diğer başka yaş gruplarının geçmişe özlemlerinin altında yatan psikolojik nedenlere de ulaşılabilir.

Kaynaklar

- Acıloğlu, İ. (2015). *İş'te Y Kuşağı*. Ankara: Elma Yayınevi.
- Aktan, D. (2017). *Bilinçli farkındalık tüketimi ve y kuşağı: Anlama, kavramlaştırma ve iletişim*. Doktora Tezi. İzmir Ekonomi Üniversitesi İşletme Enstitüsü, İzmir.
- Altuntuğ, N. (2012). *Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili*. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi. 4.1: 203-212.
- Altuntuğ, N. (2011). *Değerlere Hitap Eden Pazarlamanın Nostalji Boyutu*. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2), 265-273. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/oybd/issue/16338/171067>
- Arkun, İ. (2019). *Türkiye'deki y kuşağı tüketiciler arasında akaryakıt dağıtım markalarına olan marka sadakati*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü, İstanbul.
- Arsenault, P. M. (2004). *Validating generational differences A legitimate diversity and leadership issue*. The Leadership & Organization Development Journal Vol. 25 No. 2, 2004 pp. 124-141
- Başal, B. (2018). *Yeni Medya Planlama ve Tüketici Davranışları: Geleneksel ve DijitalMedyayı Kapsayan Bütünleşik Medya Planlama*. 1. Baskı. Ankara: Çantay Yayınları.
- Boym, S. (2009). *Nostaljinin Geleceği*, Ferit Burak Aydar (çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- Bozorg, S. H. V. (2011). *The Rise of Global Generation Y: How its Personality And Psychological Contract is Affected by Global Forces And Local Context*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. The University of Texas Human Resource Management, Arlington.
- Davis, F. (1979). *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*. New York: Free Press
- Demir, A, H. Özkoç ve U. Damgacı. (2017). *Kuşakların Yaşam Memnuniyeti Açısından Farklılıklarının İncelenmesi*. Özkoç, M. ve F. Bayrakdaroğlu. (Ed.). *Kuşak Kavramına Disiplinlerarası Bakış*. 77-101.
- Holak S. L. ve Havlena J. W. (1992), *Nostalgia: an Exploratory Study of Themes and Emotions in the Nostalgic Experience*, *Advances in Consumer Research*, 19, 380- 387.
- Kupperschmidt, B. R. (2000) *Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management*. The Health Care Manager: Volume 19- Issue 1- p 65-76
- Kyles, D. (2005). *Managing Your Multigenerational Workforce*. Strategic Finance, 87 (6), ss. 53-56
- Natali, P.M. (2004). *History and the Politics of Nostalgia Iowa Journal of Cultural Studies Vol.5* 10-25 <http://ir.uiowa.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1113&context=ijcs> 'ten 15 Mart 2013'te alınmıştır.
- Orha, S. (2020). *Yeni medya reklamları kapsamında Y kuşağının satın alma davranışı*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özçelik, N. (2015). *Kurumsal sosyal sorumluluğun Y- kuşağı tüketicilerinin satın alma kararı üzerine etkisi ve sosyal medya etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Özel, Ç. H. (2017). *Kuşak Kavramı ve Turizme Yansımaları*. Özkoç, H. ve F. Bayraktaroğlu. (Ed.). *Kuşak Kavramına Disiplinler Arası Bakış*. Ankara: Nobel yayıncılık 1- 25.
- Özhan, Ş, Altuğ, N. (2017). *Nostalji Eğilimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması*. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 6 (3), 53-66. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ssrj/issue/31284/326815>
- Parry, E., Urvin, P. (2010), "Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence", International Journal of Management Reviews, Volume: 13. Issue: 1, p.79-96.
- Pınarbaşı F. ve Aysuna Türkyılmaz C., "Retro Marka Deneyiminin Yeniden Satın Alma Niyeti ve Marka Bağlılığı Yaratmadaki Rolü.," Business and Social Science , 2017.
- Samur, Ü. G. (2017). *Kuşaklararası Çatışmaya Duygusal ve Zihinsel Çözümler*. 1. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Spengler, C.: Screening Nostalgia
<http://books.google.ca/books?id=jCkToFfwOrsC&pg=PA32&lpg=PA32&dq=scree> sayfasından erişilmiştir.
- Türk Dil Kurumu. (2019). Güncel Sözlük. Ankara: TDK.
- Yazıcı, B. (2019). *Yeni lüks kavramı bağlamında Y kuşağı ile evrilen tüketim ve Y kuşağının lüks kavramına bakışı*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yüksekbilgili, Z. (2013). *Türk Tipi Y Kuşağı*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 12.45:342-353.