

KONFERANS BİLDİRİSİ

KİM BU Z KUŞAĞI?

Doç. Dr. Gülbeniz AKDUMAN (<https://orcid.org/0000-0002-3256-982X>), İstanbul Bilgi Üniversitesi, Türkiye;
e-mail: gulbeniz@akduman.com

Doç. Dr. Zeynep HATİPOĞLU (<https://orcid.org/0000-0002-9437-610X>), İstanbul Arel Üniversitesi, Türkiye;
e-mail: zaynhatipoglu@gmail.com

Öz

İnsanlar içinde yaşadıkları tarihsel dönemin karakteristik özellikleri ve yaşanan sosyoekonomik, politik ve kültürel olaylardan etkilenirler. Hemen hemen aynı dönemde doğan kişiler yaşadıkları ortak olaylar nedeniyle ortak karakteristik özelliklere sahip olurlar. Aynı döneme mensup kişiler kuşak kavramıyla sınıflandırılmaktadır. 2000 sonrası doğan gelişen ve hızla değişen dünyanın etkisiyle diğer kuşaklardan farklı özelliklere sahip olan Z kuşağı hakkında merak edilen birçok konu olmasına rağmen ilgili alan yazında sınırlı sayıda araştırma vardır. Bu bağlamda araştırmanın amacı Z kuşağına mensup bireylerin sahip olduğu kişilik özellikleri ve yetkinlikleri analiz etmektir. Nicel araştırma yöntemiyle yapılan araştırma kapsamında olasılığa dayalı olmayan örnekleme tekniklerinden kolayda örnekleme ile online olarak ulaşılan 245 katılımcıya demografik bilgi formu ve 15 ölçekten oluşan anket uygulanmıştır. Araştırma sonucunda kişilik özelliklerine ilişkin puanlar incelendiğinde en yüksek düzeyde görülen kişilik özelliklerinin sırasıyla uyumluluk, sorumluluk ve değişime açıklık olduğu tespit edilmiştir. En düşük düzeyde görülen kişilik özelliği ise duygusal dengesizlik olarak tespit edilmiştir. Öznel iyi oluş, benlik saygısı ve kendini sevme, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, insani değerlere sahip olma, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk çok yüksek düzeyde, iletişim becerileri özyeterlik, psikolojik sağlamlık yüksek, sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi ve akıllık telefon bağımlılığının çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kuşaklar, Z Kuşağı, Z Kuşağı Özellikleri, Z Kuşağı Yetkinlikleri
Jel Kodları: L20, M10

WHO IS GEN Z?

Abstract

People are affected by the characteristics of the historical period in which they live and the socioeconomic, political, and cultural events. People born in the same period have common characteristics due to the ordinary events they experience. The concept of generation classifies persons belonging to the same period. Although there are many questions about the Z generation, born after 2000, has different characteristics from other generations with the effect of the developing and rapidly changing world, there are limited studies in the relevant literature. In this context, the research aims to analyze individuals' personality traits and competencies belonging to the Z generation. A demographic information form and a questionnaire consisting of 15 scales were applied to 245 participants, who were reached online within the scope of the research carried out with the quantitative research method, the convenience sampling method which is the one of the non-probability-based techniques. As a result of the research, when the scores related to personality traits were examined, it was determined that the personality traits at the highest level were compatibility, responsibility, and openness to change, respectively. The lowest level of personality trait was found to be emotional instability. It was determined that subjective well-being, self-esteem, and self-love, empathy, emotional intelligence, social intelligence, having human values, moral maturity, individual social responsibility are at an extremely high level, communication skills, self-efficacy, psychological resilience were high, social appearance anxiety, general procrastination tendency, and smartphone addiction were very low.

Keywords: Generations, Generation Z, Characteristics of Generation Z, Competencies of Generation Z
Jel Codes: L20, M10

1. Giriş

Hemen hemen aynı dönemde doğan, aralarında bir kan bağı olmayan fakat yaşadıkları dönemin etkisiyle benzer düşünce, tutum ve davranışlara sahip olan kişiler aynı kuşak mensubu olarak tanımlanmaktadır (Onur, 1980: 15). Toplumsal olarak yaşanan dönemin olayları ve özelliklerine göre değişmekle birlikte ortalama 20-25 yılda bir kez kuşak değişimi yaşanmaktadır (Adıgüzel vd., 2014: 169). Günümüzde farklı kuşaklara mensup bireylerin bir arada çalışması ekip çalışması ve yönetim alanında zorluklar yaşanmasına sebep olmaktadır. Kuşaklararası yaşanan sorunlar farklı karakteristik yapıya ve özelliklere sahip olmaları nedeniyle algılama yöntemlerinin ve iletişim şekillerinin farklı olmasından da kaynaklanmaktadır (Latif ve Serbest, 2014: 135).

İlgili alan yazında bulunan araştırmalar kişinin karakterini etkileyen en önemli kriterlerin anne ve babası değil içinde bulunduğu dönem yani mensubu olduğu kuşak olduğunu savunmaktadır (Burke, 2008: 37; Twenge, 2013: 15). Her ne kadar insanlar içinde buldukları dönemden etkilense de kişileri sadece mensup oldukları kuşak ve içinde buldukları dönemle değerlendirmek yeterli olmamakla birlikte yol gösterici bilgilere ulaşma imkanı vermektedir.

Teknolojinin Dünya'nın yönünü belirlediği içinde bulunduğumuz çağda teknolojiye doğan ve teknoloji kullanımında becerikli olan Z kuşağı mensupları hem kurumların hem de ulusların başarısı ve gelişimi için kritik önem taşımaktadır. Z kuşağı mensuplarını doğru tanımlayıp anlamak sürdürülebilir ve başarılı bir gelecek için de olumlu katkılar sağlayacaktır (Karademir Çillioğlu ve Kirt, 2021: 52). Kuşak üyelerinin karakteristik özellikleri ve davranışlarını bilmek birey olarak örgütsel davranış ve örgütsel psikoloji alanına, tüketici olarak da pazarlama alanında (Çavuşgil Köse ve Erden Ayhün, 2021: 2069) yapılacak araştırmalara bilgi kaynağı oluşturacaktır. Sosyal medyanın önünde özsaygılarını ve kişiliklerini korumak ve geliştirmek için çok fazla zaman ve emek harcayan Z kuşağının taleplerine doğru şekilde cevap verebilmek için özelliklerini ve hareketlerini belirleyen faktörlerin araştırılması önemlidir (Kahawandala vd., 2020). Potansiyel tüketici benimseme davranışını tahmin etmeye ve bu belirli tüketici özellikleriyle uyumlu uygun alışveriş ortamları tasarlamaya yardımcı olmak için de araştırmamız çıkarımlar sağlayacaktır.

2000 sonrası doğan, gelişen ve hızla değişen dünyanın etkisiyle diğer kuşaklardan farklı özelliklere sahip olan Z kuşağı hakkında merak edilen birçok konu olmasına rağmen ilgili alan yazında sınırlı sayıda araştırma vardır. Bu bağlamda araştırmanın amacı Z kuşağına mensup bireylerin sahip olduğu kişilik özellikleri ve yetkinlikleri analiz etmektir. Kavramsal çerçeve kapsamında yer alan kuşaklar ve Z kuşağı hakkında ilgili alan yazında yer alan araştırmalar ışığında bilgi verildikten sonra araştırma yöntem, buğular ve sonuç kısmıyla birlikte öneri ve kısıtlar sunulacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Kuşak Kavramı

Doğum tarihleri aynı ya da birbirine yakın olan, duygu, düşünce, tutum ve davranışları bağlamında ortak özellikler gösteren insan toplulukları aynı kuşak mensubu olarak tanımlanmaktadır (Kupperschmidt, 2000: 67). Kuşak kavramı aynı aileye mensup kişiler içinde kullanıldığı için kavram karmaşası yaratmamak adına toplumsal sınıflandırmaları konu alan akademik çalışmalarda (Pilcher, 1994: 483; Carlson, 2008: 8) sosyal kuşak kavramının da kullanıldığı görülmektedir.

Kuşak araştırmalarının öncüleri Antik Yunan ve Eski Mısır Uygarlığına kadar uzanmakta iken ekonomi, siyaset, sosyoloji ve psikoloji alanlarında son 50 yıldır kuşak araştırmaları yapılmaktadır (Adıgüzel vd., 2014). Sosyal bilimlerde kuşakların birbirini zincirleme etkileyerek tarihsel süreçte iletişim ve gelişimin sağlandığını vurgulayan ve bu konuda yapılan ilk çalışmalar Auguste Comte tarafından 1800’li yılların başında yapılmıştır. Karl Mannheim (1950) kuşakların ortak paylaşılan kültür ve gelenekleri incelediği “Kuşaklar Sorunu” isimli eserle bu alanda yapılan en kapsamlı ve sistemli eserin sahibidir (Mannheim, 1952: 290).

Howe ve Strauss (2000) tarafından yapılan nesiller araştırması, bir nesil hakkında konuşabileceğimiz üç kriter ortaya koymaktadır. Birincisi “algılanan üyelik” yani kişinin kendisini bir grubun parçası olarak hissetmesi, algılaması anlamına gelir. İkinci ölçüte “ortak inançlar ve davranış biçimleri” denir ve dini, siyasi bakış açısını içerir. Üçüncüsü, tüm bilgileri içeren “ortak tarih” çoğu grup üyesinin özel hayatında büyük etkisi olan, çocukluk ve ergenlik döneminde meydana gelen tarihi olayları ifade etmektedir. Tarihin nesilleri dönüştürdüğünü veya bunun tersi kabul edilmektedir. Sarkaç benzeri bir işlemi ifade ederler: Uyanışlar ve keşifler dönemi, tarihin buhranlarından ve gelişme döneminden sonra gelmektedir (Csobanka, 2016: 65).

Kuşakları şekillendiren çok çeşitli etkiler vardır. Genellikle listenin başında savaşlar veya ekonomik felaketler gibi olağanüstü olaylar ve krizler yer almaktadır. Ayrıca teknoloji, moda, müzik, filmler ve tanınmış kişiler insanların zihinlerini daha genç yaşlarda etkileyen kriterlerdir (Scholz ve Rennig, 2019: 5). Aynı zaman diliminde doğan kişilerin etkilendiği olayların neler olduğu farklı araştırmacılar tarafından farklı farklı yorumlandığı için kuşakların yıllara göre dağılımı farklılaşmaktadır (Çakmak ve Çelik, 2017: 66). İlgili alan yazında farklı araştırmacılar tarafından yapılan farklı farklı kuşak sınıflandırmaları mevcut olmasına rağmen kuşak değişimleri ortalama 15-20 yıl arasında değişmekte ve günümüze kadar Tablo 1’de yer alan beş ana grup altında toplanmaktadır (Stanley, 2010: 847; Csobanka, 2016; Carter, 2018: 1). Araştırmamız kapsamında da bu sınıflandırma kullanılmıştır.

Tablo 1 Kuşaklar ve Özellikleri

Bebek Patlaması (Büyük Nesil) (1946-1964)	X Jenerasyonu (Dijital Göçmenler) (1965-1979)	Y Jenerasyonu (Dijital Yerliler) (1980-1999)	Z kuşağı (Facebook Ulusü) (2000-
İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra doğdular. Slogan: "bir daha asla savaşma" Birkaç sosyal değişiklik: kadın haklarında eşitlik, Vietnam Savaşı Artan tüketim Rekabet ve idealizm Bilgisayarlarla ilk kez tanışma Ana iletişim aracı bilgisayarlar değil	60'ların sonu, 70'lerin başında doğdular. Boşanma sayısında artış, ekonomik belirsizlik Disko ve hip-hop kültürü çağı TV ve video oyunları çağı Bireyselliğin başlangıcı PC ile gençken tanışma Bilgi teknolojisinin ve ardından bilgi toplumunun gelişiminin tanıkları İnterneti az çok kullanıyorlar.	80'ler ve 90'larda doğdular. Çatışmalarda artış Dijital teknolojilerde yayılma: e-posta, kısa mesaj (sms) İyimserlik, teknolojiden korkmama Markalara sadakat İnternetle çocukken tanışma Ortama bağlı olma İlk dijital vatandaşlar Sosyal ilişkiler gerçeklik ve sanal dünya bir arada Kültürel içeriklerle ilgilenme Ebeveynlerinin değerlerini kabul etme Sosyal aktivitelere ilgi Metinler yerine görselleri ve sesleri tercih etme Amaçlara bir an önce ulaşma isteği Zor işleri tercih etme	Milenyum civarında doğdular. İnternetsiz dünyayı bilmeme İnternet ve sosyal ağları kullanma "Küresel bağlantı", esneklik, akıllı olma, farklı kültürlerle hoşgörülü olma Sosyal ağlar iletişimde ana platform Bilgi tüketicileri ve sağlayıcıları Çok iyi cihaz becerilerine sahip olma Çoklu görev (blog oluşturma, müzik dinleme, e-posta yazma) Daha hızlı karar verme Bir yerde takılıp kalmama Farklı şekilde öğrenme, arkadaş olma, eğlenme Dosya indirme, değiştirme konusunda yasal bir hassasiyet yok Duygusal yetersizlik

Kaynak: Csobanka, 2016

2.2. Z Kuşağı ve Özellikleri

2000 yılı civarında yeni nesil ile ilgili çalışmalar ortaya çıkmış, önce Don Tapscott (1998/2001), ardından Marc Prensky (2001) "bilgi iletişim cihazlarıyla dolu bir dünyaya doğan, çevrimiçi sosyalleşme, öğrenme ve yaşam alışkanlıklarına ilişkin farklı beklentileri olan" bu nesilden bahsetmişlerdir (Tóbi, 2013: 111).

Kuşak sınıflandırmasının beşinci kuşağı olan ve Strauss ve Howe'un (1991) son kuşak olarak görerek "Z" harfiyle tanımladığı kuşaktır. Z kuşağının en önemli özellikleri ve yetkinlikleri içine doğdukları ve büyüdüğü teknolojik ve dijital Dünya'nın etkisi altında şekillenmektedir (Beyaz, 2020: 56). 2011-2012 yılları döneminde %50 artan I Phone satışları ile birlikte klinik depresyon seviyelerinde, mutsuzluk, üzüntü ve kaygı seviyelerinde de artış yaşanmaya başlanması Dijital Dünya'nın ne kadar etkili olduğunun en önemli göstergelerinden biridir (Twenge, 2017).

Z kuşağı dijitalleşmenin yoğun etkisi nedeniyle diğer kuşaklardan farklı karakteristik özelliklere sahip olan bir kuşaktır. Z kuşağının gayri resmi, bireysel ve düz bir iletişim yolu vardır ve sosyal ağlar hayatlarının hayati bir parçasıdır. Onlar "*Kendin Yap*" neslidir (Singh ve Dangmei, 2016: 3), herşeyi kendileri yaparak kişiselleştirmeyi çok seven ve kendilerine özgü olmasını isteyen kişilerdir (Altuntuğ, 2012: 209).

Bazı araştırmalar, Z Kuşağının beyinlerinin diğer kuşaklardan farklı bir yapısı olduğunu ancak bu durumun genetik ile değil, bu kuşağın dış çevre etkisiyle ve çevreye verilen tepkilerle ilişkili olduğunu belirtmektedir. Z kuşağının beyinlerinin sofistike, karmaşık görsel imgelere bağlı hale geldiği ve sonuç olarak, beynin görsel yetenekten sorumlu kısmının çok daha gelişmiş olduğu ve görsel öğrenme biçimlerini daha etkili hale getirdiği ifade edilmiştir (Rothman, 2016).

Z Kuşağına mensup kişilerin teknolojik araçları kullanmayı çok seven ve bu konuda çok becerikli kişiler olması duyu organları, beyin ve kasların birlikte uyum içinde çalışması anlamına gelen psiko-motor becerilerinin gelişmesini sağlamıştır. Bu özellikleri sayesinde Z kuşağı mensupları aynı anda birçok farklı konuyu düşünebilmekte ve yapabilmektedir (Ünlü ve Çiçek, 2019: 449).

Eğitim ve ekonomide diğer kuşaklara göre daha donanımlı olan Z kuşağı mensupları zamanı çok hızlı deneyimlenen ve hızla aynı ana birçok şeyi sığdırmak isteyen kişilerdir. Bu kuşak mensubu gençlerin ortak özellikleri, çoklu ekran becerileri ve aynı anda birçok görevi yerine getirmek için sahip oldukları güdülerdir. Yemek yerken ders çalışmak ve alışveriş sırasında atıştırmak gibi aynı anda birden fazla eylemi gerçekleştirme davranışlarının belirgin olarak görüldüğü Z Kuşağı için bir gün 24 saatten fazla olarak hissedilmektedir (Köktener ve Algül, 2020: 422).

3. Yöntem

Araştırma kapsamında kolayda örnekleme yöntemiyle ulaşılan 245 Z kuşağı mensubu kişiye online olarak anket formu uygulanmıştır. Katılımcıların araştırma kapsamındaki ölçek konu ve sorularını doğru yanıtlayabilmeleri için anket uygulaması öncesi araştırmada yer alan kavramlarla ilgili sözlü olarak kısa bir bilgilendirme yapılmıştır.

Araştırma evreni Z kuşağı mensubu kişilerdir. Geçerlilik ve güvenilirlik açısından araştırma kapsamındaki örneklem sayısının (örneklem hacminin) yeterli olması önemlidir (Tutar ve Erdem, 2020). Z kuşağı mensubu bireylerin sayısının çokluğu göz önüne alındığında ana kütleyi tamamen kapsayan ve ifade eden bir kitleyi oranlar yoluyla tahmin etme imkânı bulunamamış, ölçeklerde yer alan soru sayısını geçecek sayıda katılımcıya ulaşılması sağlanmıştır.

3.1. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak 15 ölçekten oluşan anket formu kullanılmıştır. Demografik değişken olarak katılımcıların cinsiyet bilgisine de yer verilmiştir.

Veri toplama aracının birinci bölümünde Benet-Martinez ve John (1998) tarafından geliştirilen ve Somer (1998) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Beş Faktörlü Kişilik Ölçeği” kullanılmıştır. Ölçek beşli likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) 44 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte dışa dönüklük, nevroz/duygusal dengesizlik, uyumluluk, sorumluluk, deneyime açıklık olmak üzere 5 faktör bulunmaktadır. Faktör puanları oluşturulurken 16 madde (m2, 6, 8, 9, 12, 18, 21, 23, 24, 27, 31, 34, 35, 37, 41, 43) ters kodlanmaktadır. Bu şekilde elde edilen faktör puanları ilgili kişilik özelliği belirtilerinin yüksek olduğunu ifade etmektedir. Her boyut farklı bir kişilik özelliğini ifade ettiğinden ölçeğin toplam puanı alınmamaktadır. Bu çalışmada kişilik ölçeklerinin Cronbach Alpha katsayıları 0,71 / 0,79 / 0,66 / 0,81 / 0,80 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının ikinci bölümünde Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilen ve Doğan ve Sapmaz (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan Oxford Mutluluk Ölçeği (Öznel İyilik Algısı Ölçeği) yer almaktadır. Ölçekte beşli likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) 28 madde tek boyutta yer almaktadır. Ölçekte 11 madde (m1, 5, 9, 12, 13, 18, 22, 23, 26, 27, 28) ters kodlanmaktadır. Ölçekte yüksek puan genel olarak mutluluğun yüksek olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,90 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının üçüncü bölümünde bireylerin benlik saygısını ölçmek amacıyla Tafarodi ve Swan (2001) tarafından geliştirilen ve Doğan (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanıp güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan İki Boyutlu Benlik Saygısı Ölçeği yer almaktadır. Ölçek 16 madde ve iki boyuttan (kendini sevme, özyeterlik) oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin seçenekleri beşli likert tipinde (1-hiç uygun değil, 5-tamamen uygun) olup olumsuz ifadeler (m1, 6, 7, 8, 10, 13, 15, 16) ters kodlandıktan sonra elde edilen yüksek puan benlik saygısının yüksekliğini ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,88; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları 0,85 ve 0,79 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının dördüncü bölümünde bireylerin iletişim becerilerinin ölçülmesi amacıyla Ersanlı ve Balcı'nın (1998) geliştirdiği geliştirilen “ kişilik/iletişim Becerileri Envanteri” yer almaktadır. Ölçekte dörtlü likert tipinde (1: hiçbir zaman, 5: her zaman) 45 madde ve her biri onbeşer maddeden oluşan, zihinsel (m1, 3, 6, 12, 15, 17, 18, 20, 23, 24, 26, 28, 33, 37, 45), duygusal (m5, 9, 11, 27, 29, 31, 34, 35, 36, 38, 39, 40, 42, 43, 44) ve davranışsal (m2, 4, 7, 8, 10, 13, 14, 16, 19, 21, 22, 25, 30, 32, 41) olmak üzere 3 boyut

bulunmaktadır. Ölçekte 17 olumsuz ifadenin (m3, 5, 9, 10, 11, 16, 24, 27, 28, 29, 31, 32, 34, 35, 37, 41, 42) ters kodlanmasıyla her boyuttan alınabilecek puan 15-75 aralığında; ölçeğin toplam puanı 45-225 aralığında olup yüksek puan iletişim becerisinin yüksekliğini ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,91; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,78 / 0,72 ve 0,80 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının beşinci bölümünde bireyin günlük yaşamında empati kurma potansiyelini değerlendirmek amacıyla Totan vd. (2012) tarafından geliştirilen “Toronto Empati Ölçeği” yer almaktadır. Ölçekte beşli likert tipinde (1: hiç uygun değil, 5: tamamen uygun) 13 madde tek boyut bulunmaktadır. Ölçekte 8 olumsuz ifadenin (m1, 3, 5, 7, 8, 9, 11, 12) ters kodlanmasıyla ölçeğin toplam puanı 13-65 aralığında olup yüksek puan empati kurma potansiyelinin yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,81 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının altıncı bölümünde Chan (2004 ve 2006) tarafından geliştirilen ve Schutte ve arkadaşları (2006) tarafından değiştirilen ve Konakay (2013) tarafından Türkçe’ye uyarlanıp güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan Duygusal Zeka Ölçeği yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) 12 madde ve 3 boyuttan (pozitif duygusal değerlendirme, pozitif duygusal yönetim ve empatik duyarlılık) oluşmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin geneline ait Cronbach Alpha katsayısı 0,85; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,79 / 0,72 ve 0,60 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının yedinci bölümünde Silvera ve arkadaşları (2001) tarafından sosyal zeka düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilen ve Doğan ve Çetin (2009) tarafından Türkçe’ye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan Tromso Sosyal Zeka Ölçeği yer almaktadır. Ölçekte beşli likert tipinde (1: hiç uygun değil, 5: tamamen uygun) 21 madde ve 3 boyut (sosyal bilgi süreci, sosyal beceri, sosyal farkındalık) bulunmaktadır. Ölçekte 11 madde (2, 4, 5, 8, 11, 12, 13, 15, 16, 20 ve 21) ters kodlanmaktadır. Ölçek ve alt boyutlarda yüksek puan ilgili alandaki sosyal zekâ düzeyinin yüksekliğini ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin geneline ait Cronbach Alpha katsayısı 0,87; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,82 / 0,82 ve 0,75 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının sekizinci bölümünde bireylerin psikolojik sağlamlığını ölçmek amacıyla Smith vd. (2008) tarafından geliştirilen ve Doğan (2015) tarafından Türkçe’ye uyarlanıp güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan Kısa Psikolojik Sağlamlık Ölçeği yer almaktadır. Ölçek 6 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte yer alan ifadelerin seçenekleri beşli likert tipinde (1-hiç uygun değil, 5-tamamen uygun) olup olumsuz ifadeler (m2, m4, m6) ters kodlandıktan sonra puanların toplanması ile elde edilmektedir. Yüksek puan psikolojik sağlamlık düzeyinin yüksekliğini ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,85 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının dokuzuncu bölümünde bireylerin sosyal görünüş kaygılarını ölçmek amacıyla Hart ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen ve Doğan (2010) tarafından Türkçe’ye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: hiç uygun değil, 5: tamamen uygun) 16 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte olumlu ifade taşıyan 1 madde (madde 1) ters kodlandıktan sonra elde edilen toplam puanın (16 ile 80 arasında) yüksekliği

sosyal görünüş kaygısının yüksekliğini ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,94 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının onuncu bölümünde bireylerin sahip olduğu insani değerlerin düzeyini ölçmek amacıyla Dilmaç (2007) tarafından geliştirilerek güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “İnsani Değerler Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: hiçbir zaman, 5: her zaman) olup olumsuz ifadeler (m2, m4, m6) 42 madde ve her biri yedi maddeden oluşan 6 boyuttan (sorumluluk, dostluk/arkadaşlık, barışçı olma, saygı, hoşgörü, dürüstlük) oluşmaktadır. Ölçekte olumsuz ifade içeren 8 madde (madde 7, 11, 15, 18, 24, 29) ters kodlanmaktadır. Ölçek ve alt boyutlarda yüksek puan insani değerlere daha fazla sahip olduğunu ifade etmektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,85; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,66 / 0,76 / 0,60 / 0,60 / 0,61 / 0,61 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının on birinci bölümünde bireylerin ahlaki olgunluk düzeyini ölçmek amacıyla Şengün ve Kaya (2007) tarafından geliştirilerek güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Ahlaki Olgunluk Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: hiçbir zaman, 5: her zaman) 66 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte olumsuz ifade içeren 14 madde (madde 4, 7, 15, 16, 17, 18, 29, 33, 37, 38, 45, 62, 65, 66) ters kodlanmaktadır. Puanların toplamı ile elde edilen yüksek puan ahlaki olgunluğun yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,95 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının on ikinci bölümünde öğretmenlerin ders uygulamalarında bireysel sosyal sorumluluk davranışlarını ölçmek amacıyla Weidong ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen ve Filiz ve Demirhan (2015) tarafından Türkçe’ye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek altılı likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 6: kesinlikle katılıyorum) 13 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Puanların toplamı ile elde edilen yüksek puan bireysel ve sosyal sorumluluk davranışlarının yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,90 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının on üçüncü bölümünde öğrencilerin genel (her konudaki) erteleme eğilimlerini ölçmek amacıyla Lay (1986) tarafından geliştirilen ve Balkıs (2006) tarafından Türkçe’ye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Genel Erteleme Eğilimi Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) 15 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte aykırı ifade içeren 5 madde (madde 2, 4, 9, 10, 15) ters kodlanmaktadır. Puanların toplamı ile elde edilen yüksek puan bireylerin erteleme eğilimine sahip olduklarını ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,90 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının on dördüncü bölümünde Choi ve arkadaşları (2011) tarafından geliştirilen ve Özden ve Sertel-Berk (2017) tarafından Türkçe’ye uyarlanıp güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Kariyer Stresi Ölçeği” yer almaktadır. Ölçek beşli likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 5: kesinlikle katılıyorum) 20 madde ve 3 boyuttan (kariyer belirsizliği ve bilgi eksikliği, dışsal çatışma, iş bulma baskısı) oluşmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin geneline ait Cronbach Alpha katsayısı 0,97; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları sırasıyla 0,96 / 0,89 / 0,91 olarak tespit edilmiştir.

Veri toplama aracının on beşinci bölümünde akıllı telefon bağımlılığını ölçmek amacıyla Kwon ve arkadaşları (2013) tarafından geliştirilen ve Noyan vd. (2015) tarafından Türkçe'ye uyarlanarak güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları yapılan “Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeği-Kısa Versiyon” yer almaktadır. Ölçek altılı likert tipinde (1: kesinlikle katılmıyorum, 6: kesinlikle katılıyorum) 10 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Puanların toplamı ile elde edilen yüksek puan akıllı telefon bağımlılığının yüksek düzeyde olduğunu ifade etmektedir. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,94 olarak tespit edilmiştir.

3.2. Verilerin Analizi

Veriler, SPSS (Statistical Package Program for Social Science) 21.0 programı kullanılarak analiz edilmiştir. Ölçek puanlarının normallik sınavında çarpıklık (skewness) katsayısı kullanılmıştır. Sürekli bir değişkenden elde edilen puanların normal dağılım özelliğinde kullanılan çarpıklık katsayısının (skewness) ± 1 sınırları içinde kalması puanların normal dağılımdan önemli bir sapma göstermediği şeklinde yorumlanabilir (Büyüköztürk, 2011). Yapılan normallik sınavında normal dağılım göstermeyen ölçek puanları logaritmik dönüşüm yapılarak normal dağılım sağlanmıştır. Ölçek ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılmasında bağımsız iki örneklem t testinden; ölçek puanları arasındaki ilişkide Pearson korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Analizlerde güven aralığı %95 ($p < 0,05$) olarak belirlenmiştir.

4. Bulgular

Tablo 2’de araştırmaya katılan 101 kadın (%41,2) ve 144 erkek (%58,8) katılımcıdan elde edilen ölçek ve alt boyutlarının ortalama, standart sapma ve çarpıklık (skewness) puanlarından oluşan betimsel istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 2 Ölçeklere Ait Betimsel İstatistikler

Ölçek ve Alt Boyut	n	Min.	Maks.	\bar{X}	SS	Çarpıklık
Dışa Dönüklük	245	2,38	5,00	3,89	0,52	-0,33
Duygusal Dengesizlik	245	1,00	4,25	2,18	0,63	0,18
Uyumluluk	245	3,11	5,00	4,28	0,42	-0,37
Sorumluluk	245	2,33	5,00	4,22	0,54	-0,64
Değişime Açıklık	245	2,30	5,00	4,07	0,52	-0,48
ÖZNEL İYİ OLUŞ	245	2,71	5,00	4,21	0,45	-0,40
Kendini Sevme	245	2,13	5,00	4,45	0,52	-0,45 ¹
Özyeterlik	245	2,38	5,00	4,00	0,57	-0,32
BENLİK SAYGISI	245	2,56	5,00	4,22	0,50	-0,68
Zihinsel	245	2,87	4,87	3,99	0,43	-0,09
Duygusal	245	2,47	4,60	3,72	0,42	-0,35
Davranışsal	245	2,80	4,93	4,08	0,45	-0,39
İLETİŞİM BECERİLERİ	245	2,78	4,64	3,93	0,40	-0,24
EMPATİ	245	3,08	5,00	4,46	0,44	-0,87
Pozitif Duygusal Değerlendirme	245	3,33	5,00	4,50	0,44	-0,42
Pozitif Duygusal Yönetim	245	2,67	5,00	4,52	0,51	-0,72
Empatik Duyarlılık	245	2,00	5,00	4,52	0,47	-0,37 ¹
DUYGUSAL ZEKA	245	3,50	5,00	4,51	0,39	-0,34
Sosyal Bilgi Süreci	245	2,75	5,00	4,11	0,52	0,01
Sosyal Beceriler	245	1,50	5,00	4,23	0,60	-0,81
Sosyal Farkındalık	245	2,29	5,00	4,04	0,60	-0,39
SOSYAL ZEKA	245	2,81	5,00	4,13	0,46	-0,12
PSİKOLOJİK SAĞLAMLIK	245	1,67	5,00	4,04	0,68	-0,48
SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI	245	1,00	5,00	1,63	0,63	0,63 ¹
Sorumluluk	245	2,57	5,00	4,18	0,53	-0,35
Dostluk/Arkadaşlık	245	1,86	5,00	4,16	0,55	-0,73
Barışçı Olma	245	2,14	5,00	4,22	0,51	-0,90
Saygı	245	2,14	5,00	4,38	0,49	-0,97
Dürüstlük	245	2,14	5,00	4,42	0,47	-0,61 ¹
Hoşgörü	245	1,71	5,00	3,65	0,62	-0,23
İNSANİ DEĞERLER	245	2,62	5,00	4,17	0,36	-0,76
AHLAKİ OLGUNLUK	245	3,00	5,00	4,51	0,38	-0,79 ¹
BİREYSEL SOSYAL SORUMLULUK	245	3,50	6,00	5,60	0,48	-0,54 ¹
GENEL ERTELEME EĞİLİMİ	245	1,00	4,33	1,75	0,72	0,75 ¹
Kariyer Belirsizliği ve Bilgi Eksikliği	245	1,00	5,00	1,66	0,86	0,78 ¹
Dışsal Çatışma	245	1,00	5,00	1,74	0,96	0,69 ¹
İş Bulma Baskısı	245	1,00	5,00	1,90	0,93	0,65 ¹
KARİYER STRESİ	245	1,00	4,92	1,77	0,85	0,58 ¹
AKILLI TELEFON BAĞIMLILIĞI	245	1,00	6,00	1,98	1,04	0,46 ¹

Kişilik özelliklerine ilişkin puanlar incelendiğinde en yüksek düzeyde görülen kişilik özelliklerinin sırasıyla uyumluluk (4,28±0,42), sorumluluk (4,22±0,54) ve değişime açıklık (4,07±0,52) olduğu tespit edilmiştir.

En düşük düzeyde görülen kişilik özelliği ise duygusal dengesizlik (nevrotiklik) (2,18±0,63) olarak tespit edilmiştir (En yüksek puan 5 – en düşük puan 1 = 4/5=0,80: 1,00-1,80: çok düşük; 1,81-2,60: düşük; 2,61-3,40: orta; 3,41-4,20: yüksek; 4,21-5,00: çok yüksek).

Öznel iyi oluş ölçeği puanlarının (4,21±0,45) “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Benlik saygısı ölçek puanı (4,22±0,50) ve kendini sevme (4,45±0,52) alt boyut puanlarının “çok yüksek düzeyde”; özyeterlik alt boyut puanlarının (4,00±0,57) “yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

İletişim becerileri ölçeği (3,93±0,40), zihinsel (3,99±0,43), duygusal (3,72±0,42), davranışsal (4,08±0,45) alt boyut puanlarının “yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Empati ölçeği puanlarının (4,46±0,44) “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Duygusal zeka ölçeği (4,51±0,39), pozitif duygusal değerlendirme (4,50±0,44), pozitif duygusal yönetim (4,52±0,51), empatik duyarlılık (4,52±0,47) alt boyutları ve “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir. Sosyal zeka ölçeği (4,13±0,46), sosyal bilgi süreci (4,11±0,52), sosyal farkındalık (4,04±0,60) alt boyut puanlarının “yüksek düzeyde”; sosyal beceriler (4,23±0,60) alt boyut puanlarının “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Psikolojik sağlamlık ölçeği puanlarının (4,04±0,68) “yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Sosyal görünüş kaygısı ölçeği puanlarının (1,63±0,63) “çok düşük düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

İnsani değerler ölçeği (4,17±0,36), sorumluluk (4,18±0,53), dostluk/arkadaşlık (4,16±0,55), hoşgörü (3,65±0,62) alt boyut puanlarının “yüksek düzeyde”; barışçı olma (4,22±0,51), saygı (4,38±0,49), dürüstlük (4,42±0,47) alt boyut puanlarının “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Ahlaki olgunluk ölçeği puanlarının (4,51±0,38) “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Bireysel sosyal sorumluluk ölçeği puanlarının (5,60±0,48) “çok yüksek düzeyde” olduğu tespit edilmiştir (En yüksek puan 6 – en düşük puan 1 = 5/5=1,00: 1,00-2,00: çok düşük; 2,01-3,00: düşük; 3,01-4,00: orta; 4,01-5,00: yüksek; 5,01-6,00: çok yüksek).

Genel erteleme ölçeği puanlarının (1,75±0,72) “çok düşük düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Kariyer stresi ölçeği (1,77±0,85), kariyer belirsizliği ve bilgi eksikliği (1,66±0,86), dışsal çatışma (1,74±0,96) alt boyut puanlarının “çok düşük düzeyde”; iş bulma baskısı (1,90±0,93) alt boyut puanlarının “düşük düzeyde” olduğu tespit edilmiştir.

Akıllı telefon bağımlılığı ölçeği puanlarının (1,98±1,04) “çok düşük düzeyde” olduğu tespit edilmiştir (En yüksek puan 6 – en düşük puan 1 = 5/5=1,00: 1,00-2,00: çok düşük 2,01-3,00: düşük; 3,01-4,00: orta; 4,01-5,00: yüksek; 5,01-6,00: çok yüksek).

Tablo 3’te ölçek puanlarının cinsiyete göre karşılaştırmasına ait bağımsız iki örneklem t testi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 3 Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre t Testi Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Dışa Dönüklük	Kadın	101	3,91	0,48	0,47	0,637
	Erkek	144	3,88	0,54		
Duygusal Dengesizlik	Kadın	101	2,19	0,63	0,29	0,775
	Erkek	144	2,17	0,62		
Uyumluluk	Kadın	101	4,28	0,40	-0,28	0,781
	Erkek	144	4,29	0,43		
Sorumluluk	Kadın	101	4,29	0,49	1,79	0,075
	Erkek	144	4,17	0,56		
Değişime Açıklık	Kadın	101	4,07	0,48	0,00	0,999
	Erkek	144	4,07	0,55		
ÖZNEL İYİ OLUŞ	Kadın	101	4,26	0,43	1,58	0,115
	Erkek	144	4,17	0,46		
Kendini Sevme	Kadın	101	4,47	0,53	0,48	0,631
	Erkek	144	4,44	0,52		
Özyeterlik	Kadın	101	4,03	0,55	0,85	0,398
	Erkek	144	3,97	0,58		
BENLİK SAYGISI	Kadın	101	4,25	0,50	0,76	0,451
	Erkek	144	4,20	0,50		
Zihinsel	Kadın	101	4,04	0,42	1,48	0,139
	Erkek	144	3,96	0,43		
Duygusal	Kadın	101	3,77	0,34	1,44	0,152
	Erkek	144	3,69	0,46		
Davranışsal	Kadın	101	4,14	0,43	1,85	0,066
	Erkek	144	4,03	0,46		
İLETİŞİM BECERİLERİ	Kadın	101	3,98	0,37	1,74	0,084
	Erkek	144	3,89	0,42		
EMPATİ	Kadın	101	4,51	0,47	1,66	0,099
	Erkek	144	4,42	0,41		

Pozitif Duygusal Değerlendirme	Kadın	101	4,48	0,43	-0,72	0,473
	Erkek	144	4,52	0,44		
Pozitif Duygusal Yönetim	Kadın	101	4,50	0,52	-0,45	0,656
	Erkek	144	4,53	0,50		
Empatik Duyarlılık	Kadın	101	4,53	0,51	0,51	0,613
	Erkek	144	4,52	0,44		
DUYGUSAL ZEKA	Kadın	101	4,50	0,39	-0,48	0,635
	Erkek	144	4,52	0,39		
Sosyal Bilgi Süreci	Kadın	101	4,08	0,59	-0,69	0,491
	Erkek	144	4,13	0,47		
Sosyal Beceriler	Kadın	101	4,26	0,55	0,53	0,596
	Erkek	144	4,21	0,64		
Sosyal Farkındalık	Kadın	101	4,11	0,53	1,58	0,115
	Erkek	144	3,99	0,65		
SOSYAL ZEKA	Kadın	101	4,15	0,46	0,66	0,508
	Erkek	144	4,11	0,46		
PSİKOLOJİK SAĞLAMLIK	Kadın	101	3,95	0,72	-1,76	0,079
	Erkek	144	4,10	0,64		
SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI	Kadın	101	1,65	0,63	0,61	0,545
	Erkek	144	1,61	0,63		
Sorumluluk	Kadın	101	4,34	0,46	4,02	0,000
	Erkek	144	4,07	0,56		
Dostluk/Arkadaşlık	Kadın	101	4,20	0,53	0,98	0,329
	Erkek	144	4,13	0,57		
Barışçı Olma	Kadın	101	4,36	0,41	3,76	0,000
	Erkek	144	4,12	0,55		
Saygı	Kadın	101	4,43	0,42	1,38	0,168
	Erkek	144	4,34	0,53		
Dürüstlük	Kadın	101	4,47	0,37	1,22	0,222
	Erkek	144	4,38	0,53		
Hoşgörü	Kadın	101	3,74	0,62	1,87	0,063
	Erkek	144	3,59	0,62		
İNSANİ DEĞERLER	Kadın	101	4,26	0,27	3,34	0,001
	Erkek	144	4,11	0,40		
AHLAKİ OLGUNLUK	Kadın	101	4,58	0,35	2,24	0,026
	Erkek	144	4,47	0,40		
BİREYSEL SOSYAL SORUMLULUK	Kadın	101	5,62	0,48	0,64	0,520
	Erkek	144	5,59	0,48		
GENEL ERTELEME EĞİLİMİ	Kadın	101	1,65	0,68	-1,89	0,060
	Erkek	144	1,82	0,74		
Kariyer Belirsizliği ve Bilgi Eksikliği	Kadın	101	1,70	0,89	0,80	0,422
	Erkek	144	1,62	0,84		
Dışsal Çatışma	Kadın	101	1,75	1,06	-0,30	0,766
	Erkek	144	1,74	0,89		
İş Bulma Baskısı	Kadın	101	1,98	1,00	1,06	0,291
	Erkek	144	1,85	0,89		
KARİYER STRESİ	Kadın	101	1,81	0,90	0,64	0,524
	Erkek	144	1,74	0,82		
AKILLI TELEFON BAĞIMLILIĞI	Kadın	101	2,01	1,05	0,53	0,600
	Erkek	144	1,95	1,03		

Kişilik özellikleri, öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, sosyal görünüş kaygısı, bireysel sosyal sorumluluk, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi, akıllı telefon bağımlılığı ölçek ve alt boyut puanlarında cinsiyet değişkeni anlamlı bir fark yaratmamaktadır ($p>0,05$) tespit edilmiştir.

İnsani değerler ölçeği ($t=3,34$; $p<0,05$), sorumluluk ($t=4,02$; $p<0,05$) ve barışçıl olma ($t=3,76$; $p<0,05$) alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların sorumluluk, barışçıl olma ve insani değerler puanları, erkek katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Ahlaki olgunluk ölçeği puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir ($t=2,24$; $p<0,05$). Kadın katılımcıların ahlaki olgunluk puanları, erkek katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Tablo 4’te değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 4. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1. Dışa Dönüklük	-0,41**	0,43**	0,41**	0,44**	0,54**	0,43**	0,49**	0,39**	0,46**	0,57**	0,33**	-0,34**	0,38**	0,33**	0,17**	-0,15*	-0,16*	-0,11
2. Duygusal Dengesizlik	1	-0,60**	-0,66**	-0,37**	-0,69**	-0,54**	-0,61**	-0,34**	-0,48**	-0,51**	-0,59**	0,35**	-0,39**	-0,44**	-0,25**	0,25**	0,32**	0,25**
3. Uyumluluk		1	0,57**	0,44**	0,61**	0,44**	0,61**	0,47**	0,43**	0,48**	0,31**	-0,31**	0,53**	0,56**	0,28**	-0,24**	-0,26**	-0,14*
4. Sorumluluk			1	0,44**	0,68**	0,60**	0,61**	0,44**	0,50**	0,49**	0,40**	-0,34**	0,44**	0,50**	0,29**	-0,28**	-0,32**	-0,23**
5. Değişim Açıcılık				1	0,37**	0,34**	0,44**	0,35**	0,44**	0,37**	0,22**	-0,18**	0,40**	0,38**	0,23**	-0,15*	-0,16*	-0,11
6. ÖZNEL İYİ OLUŞ					1	0,74**	0,66**	0,47**	0,59**	0,58**	0,56**	-0,46**	0,50**	0,51**	0,29**	-0,29**	-0,32**	-0,19**
7. BENLİK SAYGISI						1	0,54**	0,32**	0,50**	0,56**	0,49**	-0,51**	0,42**	0,42**	0,23**	-0,26**	-0,34**	-0,24**
8. İLETİŞİM BECERİLERİ							1	0,59**	0,65**	0,67**	0,49**	-0,41**	0,57**	0,70**	0,23**	-0,21**	-0,23**	-0,16*
9. EMPATİ								1	0,49**	0,56**	0,28**	-0,24**	0,53**	0,64**	0,23**	-0,18**	-0,30**	-0,14*
10. DUYGUSAL ZEKA									1	0,62**	0,40**	-0,46**	0,45**	0,49**	0,21**	-0,05	-0,17**	-0,11
11. SOSYAL ZEKA										1	0,49**	-0,4**	0,50**	0,51**	0,22**	-0,13*	-0,24**	-0,15*
12. PSİKOLOJİK SAĞLAMLIK											1	-0,31**	0,29**	0,33**	0,16**	-0,22**	-0,31**	-0,20**
13. SOSYAL GÖRÜNÜŞ KAYGISI												1	-0,34**	-0,37**	-0,08	0,18**	0,17**	0,19**
14. İNSANI DEĞERLER													1	0,71**	0,32**	-0,26**	-0,24**	-0,17**
15. AHLAKI OLGUNLUK														1	0,33**	-0,31**	-0,31**	-0,28**
16. BİREYSEL SOSYAL SORUMLULUK															1	-0,44**	-0,46**	-0,33**
17. GENEL ERTELEME EĞİLİMİ																1	0,64**	0,55**
18. KARIYER STRESİ																	1	0,62**
19. AKILLI TELEFON BAĞIMLILIĞI																		1

Dışa dönüklük kişilik özelliği puanları ile öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk, puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Dışa dönüklük kişilik özelliği puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Dışa dönük kişiliğe sahip bireylerin öznel iyi oluş algısı, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi ve kariyer stresi düşük düzeydedir.

Duygusal dengesizlik kişilik özelliği puanları ile öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk, puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Duygusal dengesizlik kişilik özelliği puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi, akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Duygusal olarak dengesiz (nevrotik) kişiliğe sahip bireylerin öznel iyi oluş algısı, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu, bireysel sosyal sorumluluğu düşük düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı yüksek düzeydedir.

Uyumluluk kişilik özelliği puanları ile öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Uyumluluk kişilik özelliği puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi, akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında

negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Uyumlu kişiliğe sahip bireylerin öznel iyi oluş algısı, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Sorumluluk kişilik özelliği puanları ile öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sorumluluk kişilik özelliği puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi, akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sorumlu kişiliğe sahip bireylerin öznel iyi oluş algısı, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Değişime açıklık kişilik özelliği puanları ile öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Değişime açıklık kişilik özelliği puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi ve kariyer stresi puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Değişime açık kişiliğe sahip bireylerin öznel iyi oluş algısı, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri ve ahlaki olgunluğu yüksek; sosyal görünüş kaygısı düşüktür.

Öznel iyi oluş puanları ile benlik saygısı, iletişim becerileri empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Öznel iyi oluş puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Öznel iyi oluş algısı yüksek bireylerin benlik saygısı, iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Benlik saygısı puanları ile iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Benlik saygısı puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Benlik saygısı yüksek bireylerin iletişim becerileri, empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

İletişim becerileri puanları ile empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. İletişim becerileri puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. İletişim becerisi yüksek düzeyde olan bireylerin empati becerisi, duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Empati puanları ile duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Empati puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Empati becerisi yüksek düzeyde olan bireylerin duygusal ve sosyal zeka düzeyi, psikolojik sağlamlığı, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Duygusal zeka puanları ile sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk ve bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Duygusal zeka puanları ile sosyal görünüş kaygısı, kariyer stresi puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Duygusal zeka düzeyi yüksek bireylerin sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı ve kariyer stresi düşük düzeydedir.

Sosyal zeka puanları ile psikolojik sağlamlık, insani değerler, ahlaki olgunluk ve bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sosyal zeka puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sosyal zeka düzeyi yüksek bireylerin psikolojik sağlamlık, insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Psikolojik sağlamlık puanları ile sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Psikolojik sağlamlık puanları ile insani değerler, ahlaki olgunluk ve bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Psikolojik sağlamlık düzeyi yüksek bireylerin insani değerleri, ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluğu yüksek düzeyde; sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Sosyal görünüş kaygısı puanları ile insani değerler, ahlaki olgunluk puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sosyal görünüş kaygısı puanları ile genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Sosyal görünüş kaygısı yüksek bireylerin insani değerleri ve ahlaki olgunluğu düşük düzeyde; genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı yüksek düzeydedir.

İnsani değerler puanları ile ahlaki olgunluk ve bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. İnsani değerler puanları ile genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. İnsani değerleri yüksek bireylerin ahlaki olgunluğu ve bireysel sosyal sorumluluk düzeyi yüksek düzeyde; genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Ahlaki olgunluk puanları ile bireysel sosyal sorumluluk puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ahlaki olgunluk puanları ile genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Ahlaki olgunluğu yüksek bireylerin bireysel sosyal sorumluluk düzeyi yüksek düzeyde; genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Bireysel sosyal sorumluluk puanları ile genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bireysel sosyal sorumluluğu yüksek bireylerin genel erteleme eğilimi, kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı düşük düzeydedir.

Genel erteleme eğilimi puanları ile kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Genel erteleme eğilimi yüksek bireylerin kariyer stresi ve akıllı telefon bağımlılığı yüksek düzeydedir.

Kariyer stresi puanları ile akıllı telefon bağımlılığı puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Kariyer stresi yüksek bireylerin akıllı telefon bağımlılığı yüksek düzeydedir.

5. Sonuç

Araştırma sonucunda kişilik özelliklerine ilişkin puanlar incelendiğinde en yüksek düzeyde görülen kişilik özelliklerinin sırasıyla uyumluluk, sorumluluk ve değişime açıklık, en düşük düzeyde görülen kişilik özelliği ise duygusal dengesizlik olarak tespit edilmiştir. Öznel iyi oluş, benlik saygısı ve kendini sevmeye, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, insani değerlere sahip olma, ahlaki olgunluk, bireysel sosyal sorumluluk çok yüksek düzeyde, iletişim becerileri özyeterlik, psikolojik sağlamlık yüksek, sosyal görünüş kaygısı, genel erteleme eğilimi ve akıllı telefon bağımlılığının çok düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Kişilik özellikleri, öznel iyi oluş, benlik saygısı, iletişim becerileri, empati, duygusal zeka, sosyal zeka, psikolojik sağlamlık, sosyal görünüş kaygısı, bireysel sosyal sorumluluk, genel erteleme eğilimi, kariyer stresi, akıllı telefon bağımlılığı ölçek ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği tespit edilmiştir. İnsani değerler ölçeği, sorumluluk ve barışçıl olma alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların sorumluluk, barışçıl olma ve insani değerler puanları, erkek katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir. Ahlaki olgunluk ölçeği puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Kadın katılımcıların ahlaki olgunluk puanları, erkek katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Z kuşağı ile yapılan kısıtlı araştırmalar bulunmasına rağmen düşük duygusal zeka, narsist ve mutlu (öznel iyi oluşu yüksek) (Tari, 2011; Özkan ve Solmaz, 2015: 477), iletişim becerisi, analitik düşünme (Montana ve Petit, 2008: 39) ve benlik saygısı yüksek, sosyal (Özkan ve Solmaz, 2015: 477) ve teknoloji olmadan nefes alamayan kişiler (Cillers, 2017) olduğu savunulmaktadır. Araştırma sonucumuz öznel iyi oluş, iletişim ve benlik sayısının yüksek olması ile ilgili alan yazındaki araştırmalarla paraleldir.

Özellikle teknolojik ve dijital araçlara düşkünlükleri ve kullanım oranlarının yüksek olması ile tanınan bir kuşak olan Z kuşağı mensuplarının yüz yüze değil de dijital araçlarla iletişim becerisinin yüksek olduğunu savunan araştırmalar da vardır (Taş vd., 2017; İnce, 2018). Dijital ve teknolojik araçları sıklıkla ve efektif kullanmak analitik zekalarını, çok boyutlu düşünce yeteneklerini, bireysel algılamalarını, aradıkları bilgiye hızlıca ve kolay yoldan ulaşmalarını da olumlu etkilerken girişimcilik yeteneklerini de arttırmaktadır (Özen vd., 2020: 4345).

Aynı dönemde doğup, büyüyüp yaşayan kişiler ortak karakteristik özellikler, tutum ve davranışlar sergilemektedir. Kuşaklar Amerikan toplumu ve yaşananlar üzerinden sınıflandırıldığı için kuşak sınıflandırmalarına göre kişilerin özelliklerini betimlemek tek başına yeterli olmayacaktır. Aynı yıllarda doğup, aynı yaşlarda olan her kişi aynı olayları yaşasa bile farklı algılayıp yorumlayabilir, bu nedenle aynı kişilik özelliklerine sahip olmayabilir (Parry ve Urvin, 2011: 80-81; Bayramoğlu ve Şahin, 2017: 58).

Hızla gelişen, değişen ve küreselleşen Dünyamızda uzaklıklar teknoloji sayesinde azalırken farklılıkları da minimize etmektedir. Bu bağlamda kuşaklararası farklar da zamanla keskin sınırlarını azaltmaktadır (Levitt, 2006: 131). Dijitalleşmenin etkisiyle insanların hızla değişmesi nedeniyle Z kuşağının karakteristik özelliklerini standardize etmek de pek mümkün olmamaktadır (Csobanka, 2016: 64).

Kuşak sınıflandırmalarının Türkiye'ye özel olmaması ve araştırmanın katılımcı sayısı ile sınırlı olması araştırmanın en önemli kısıtlarıdır. Araştırmada kullanılan ölçekler ilgili alan yazında bulunan araştırmalar ve deneyimler ışığında seçildiğinden tüm özellik ve yetkinlikleri analiz etme imkânı bulunmasa da ilerleyen araştırmalar için bir kaynak oluşturması amaçlanmıştır.

Daha geniş örneklem gruplarıyla ve daha çok yetkinlik analiz edilerek yapılan bir araştırma daha genellenebilir sonuçlara ulaşılmasına destek olacaktır. Katılımcıların demografik özellikleri, yaşadıkları şehir, sosyo-ekonomik durum ve ekonomik koşulları baz alınarak yapılan araştırmalar ve teknolojiye bakış açıları, dijital teknolojileri kullanma alışkanlıkları ve süreleri de baz alınarak değerlendirme yapılması da daha detaylı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağıyla Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(19), 165-182.
- Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan Kuşağa Tüketim Olgusu ve Geleceğin Tüketici Profili. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), 203-212.
- Balkıs, M. (2006). Öğretmen Adaylarının Davranışlarındaki Erteleme Eğiliminin, Düşünme ve Karar Verme Tarzları ile İlişkisi. (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Bayramoğlu, G. ve Şahin, M. (2017). Y Kuşağının Kariyer Eğilimleri ve İstihdam Beklentilerinin Araştırılmasına Yönelik Bir Alan Araştırması. Çalışma İlişkileri Dergisi, 8(2), 56-75.
- Beyaz, R. (2020). Z Kuşağı Tüketicilerin Kişilik Özellikleri ve Bilinçli Tüketim Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Gençlik Araştırmaları Dergisi, 8(22), 51-69.
- Burke, A. (2008). The End of Terrorism Studies. Critical Studies on Terrorism. 1(1), 37-49.
- Comte, A. (1974). The Positive Philosophy. Ed: Abraham S. Blumberg. Newyork: AMS Press.
- Carlson, E. (2008). Who are They Lucky Few? The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom. ABD: Springer.
- Carter, T. (2018). Preparing Generation Z for the Teaching Profession. Southeastern Regional Association of Teacher Educators. SRATE Journal, 27(1), 1-8.
- Cillers, E. J. (2017). The Challenge of Teaching Generation Z. PEOPLE: International Journal of Social Sciences, 3(1), 188-198.
- Csobanka, Z. E. (2016). The Z Generation, Acta Technologica Dubnicae, 6(2), 63-76.
- Çakmak, F ve Çelik, F. Y. (2017). Türkiye’de İstihdamın Kuşaklara Göre Analizi. Sayıştay Dergisi, 104, 65-86.
- Çavuşgil Köse, B. ve Erden Ayhün, S. (2021). Hizmet Kalitesi ve Müşteri Tatmininin Tekrar Satın Alma Niyetine Etkisi: Z Kuşağı Kahve Dükkânı Müşterileri Üzerine Bir Araştırma. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 5(3), 2067-2085.

- Dilmaç, B. (2007). Bir Grup Fen Lisesi Öğrencine Verilen İnsani Değerler Eğitimin İnsani Değerler Ölçeği ile Sınanması. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- Doğan, T. ve Çetin, B. (2009). Tromso Sosyal Zekâ Ölçeği Türkçe Formunun Faktör Yapısı, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 9 (2), 691-720.
- Doğan, T. (2010). Sosyal Görünüş Kaygısı Ölçeğinin (SGKÖ) Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education)*, 39, 151-159.
- Doğan, T. (2011). İki Boyutlu Benlik Saygısı: Kendini Sevmeye/Özyeterlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Eğitim ve Bilim*, 36(162), 126-137.
- Doğan, T. ve Sapmaz, F. (2012). Oxford Mutluluk Ölçeği Türkçe Formunun Psikometrik Özelliklerinin Üniversite Öğrencilerinde İncelenmesi, *Düşünen Adam Psikiyatri ve Nörolojik Bilimler Dergisi*, 25, 297-304.
- Doğan, T. (2015). Kısa Psikolojik Sağlık Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *The Journal of Happiness & Well-Being*, 3(1), 93-10.
- Ersanlı, K., Balcı, S. (1998). İletişim Becerileri Envanterinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Türk Psikolojik Dayanışma ve Rehberlik Dergisi*, 10(2), 7-12.
- Filiz, B. ve Demirhan, G. (2015). Bireysel ve Sosyal Sorumluluk Ölçeğinin (BSS-Ö) Türk Diline Uyarlanma Çalışması. *Spor Bilimleri Dergisi*, 26 (2), 51–64.
- Howe, N. and Strauss, W. (2000). *Millenials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Books.
- İnce, F. (2018). Z Kuşağının Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 105-113.
- Karademir Çillioğlu, A. ve Kirt, B. (2012). COVID-19 Pandemide Uzaktan Çalışan Z Kuşağı Kadınların Kariyer Yolu Tercihleri ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi. *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 49-58.
- Kahawandala, N., Peter, S. and Niwunhella, H. (2020). Profiling Purchasing Behavior of Generation Z. *2020 International Research Conference on Smart Computing and Systems Engineering (SCSE)*, 155-160.

Konakay, G. (2013). Akademisyenlerde Duygusal Zekâ Faktörlerinin Tükenmişlik Faktörleri ile İlişkinine Yönelik Bir Araştırma: Kocaeli Üniversitesi Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15(1), 121-144.

Köktener, A. ve Algül, A. (2020). Z Kuşağı YouTube Kullanım Motivasyonları. Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(4), 417-434.

Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. The Health Care Manager, 19(1), 65-76.

Latif, H. ve Serbest, S. (2014). Türkiye’de 2000 Kuşağı ve 2000 Kuşağının İş ve Çalışma Anlayışı. Gençlik Araştırmaları Dergisi, 2(4), 133-163.

Levitt, T. (2006). Ted Levitt on Marketing. Boston: Harvard Business Press.

Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. Ed: Paul Kecskemeti. Essays on the Sociology of Knowledge. London: Routledge& Kegan Paul.

Montana, P. J. ve Petit, F (2008). Motivating and Managing Generation X and Y on the Job While Preparing For Z: A Market Oriented Approach. Journal of Business & Economics Research, 6(8), 35-40.

Noyan, C. O., Enez-Darçın, A., Nurmedov, S., Yılmaz, O. ve Dilbaz, N. (2015). Akıllı Telefon Bağımlılığı Ölçeğinin Kısa Formunun Üniversite Öğrencilerinde Türkçe Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. Anadolu Psikiyatri Dergisi, 16, 73-81.

Onur, B. (1980). Kuşak Kavramı ve Kuşaklararası Dialog. Eğitim ve Bilim Dergisi. 4(23), 15-20.

Özden, K. ve Sertel Berk, Ö. (2017). Reliability and Validity Study of Turkish Version of the Korean Career Stress Inventory (KCSI). Psikoloji Çalışmaları Dergisi, 37(1), 35-51.

Özen, S. R., Erkekli, S., Yavuz, E. (2020). X, Y ve Z kuşaklarının Kariyer Algılarına Yönelik Metafor Algılarına Üzerine Bir Çalışma. Business&Management Studies: An International Journal, 8(5), 4333-4363.

Özkan, M. ve Solmaz, B. (2015). The Changing Face of the Employeesü Generation Z and Their Perceptions of Work. Procedia, 26, 476-483.

Parry, E. ve Urvin, P. (2011). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. International Journal of Management Reviews, 13(1), 79-96.

Pilcher, J. (1994). Mannheim's Sociology of Generations: An Undervalued Legacy. *The British Journal of Sociology*, 45(3), 481-495.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5).

Rothman, D. (2016). A Tsunami of learners called Generation Z. http://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf

Scholz, C. and Rennig, A. (2019). Generations Z in Europe: Inputs, Insights and Implications. eBook Academic Collection: Emerald Publishing Limited.

Singh, A. P., & Dangmei, J. (2016). Understanding the generation Z: the future workforce. *South-Asian Journal of Multidisciplinary Studies*, 3(3), 1-5.

Somer, O. (1998). Türkçe'de Kişilik Özelliği Tanımlayan Sıfatların Yapısı ve Beş Faktör Modeli, *Türk Psikoloji Dergisi*, 13(42), 17-32.

Stanley, D. (2010). Multigenerational Workforce Issues and Their Implications for Leadership in Nursing. *Journal of Nursing Management*, 18(7), 846-852.

Strauss, W. ve Howe, N. (1991). *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: Perennial.

Şengün, M. ve Kaya, M. (2007). Ahlaki Olgunluk Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24-25, 51-64.

Tapscott, D. (1998/2001). *Digital Childhood*. Budapest: Kossuth Kiadó.

Tari, A. (2011). *Z Generation*. Budapest: Tericum Könyvkiado.

Taş, H, Demirdöğmez, M., Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan Z Kuşağının Çalışma Hayatına Muhtemel Etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031- 1047.

Totan, T., Doğan, T., ve Sapmaz, F. (2012). The Toronto Empathy Questionnaire: Evaluation of Psychometric Properties Among Turkish University Students. *Eurasian Journal of Educational Research*, 46, 179-198.

Tóbi, I. (2013). Science Communication for the Z Generation. Retrieved from: <http://www.zgeneracio.hu/tanulmanyok>

Twenge, J. M. (2013). Ben Nesli. Çeviren: Esra Öztürk. İstanbul: Kaknüs Yayınları.

Twenge, J. M. (2017). I Gen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood--and What That Means for the Rest of Us. New York City: Atria Books.

Tutar, H. ve Erdem, A. T. (2020). Örnekleriyle Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Ünlü, G. ve Çiçek, H. (2019). Z Kuşağının Kariyer Beklentileri: Lise Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek yüksekokulu Dergisi, 22(2), 447-457.

Araştırma ve Yayın Etiği:

Bu çalışmada, araştırma ve yayın etiği kurallarına uyulduğu yazarlar tarafından taahhüt edilmektedir.

Research and Publication Ethics:

In this study, the rules of research and publication ethics were fully followed by authors.