



## Z Kuşağının Yaşam Anlam ve Amaç Algularının İncelenmesi

(Examination of Perceptions of Life Meaning and Goals of Generation Z)

Ender Kardelen GÜLER<sup>1</sup>, Aylin TUTGUN ÜNAL<sup>2</sup>, Nevzat TARHAN<sup>3</sup>

### Makale Geçmişi

### ÖZ

#### Article History

Alındı/Received:

28/07/2023

Düzeltilme alındı/ Received  
in revised form:

10/11/2022

Kabul edildi/Accepted:

23/11/2022

#### Article Type:

Araştırma Makalesi  
Research Article

#### DOI:

10.48174/buaad.52.6

Bu çalışmada, Z kuşağının yaşam anlam ve amaçları ile buna yönelik algularının incelenmesi amaçlanmıştır. Nicel araştırma yöntemine uygun olarak genel tarama modelinde gerçekleştirilmiş olan araştırmanın örneklemini 90'ı (%60,4) kadın ve 59'u (%39,6) erkek olmak üzere toplam 149 birey oluşturmaktadır. Araştırmanın verileri Kişisel Bilgiler Formu ve Üsküdar Yaşam Anlam ve Amaçları Ölçeği (ÜSYAŞAM) ile toplanmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların %3,4'ünün yaşam anlam ve amaç algı düzeyi az, %72,5'inin yaşam anlam ve amaç algı düzeyi orta ve %24,2'sinin yaşam anlam ve amaç algı düzeyi yüksek olarak tespit edilmiştir. Yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin çeşitli özelliklere göre incelenmesi sonucunda ise katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyeleri cinsiyete, sosyal medya bağlanma süresine, sosyal medyada fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanıp kullanılmama, en sık kullanılan sosyal medya uygulamasına, evliliğin gerekli olup olmadığı hakkındaki düşünceye ve dini inanca göre anlamlı farklılık göstermiştir. Erkeklerin, sosyal medyaya daha az süre ile bağlananların, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanmayanların, en sık olarak YouTube kullananların, evliliğin gerekli olduğunu düşünenlerin ve dinin gereklerini yerine getirenlerin yaşam anlam ve amaç algı seviyeleri anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur. Yaşam anlam ve amaç algı seviyeleri, sosyal medyada beğeniye (Like) yüklenen anlama, evliliğin önemli bulunup bulunmamasına, yaşa, öğrenim durumuna, anne ve babanın birlikte olup olmamasına, yalnız veya birlikte yaşama durumuna, çocuk sahibi olma hakkındaki düşünceye, evliliğin önem sebebine ve hissedilen yalnızlık hissi düzeyine göre ise anlamlı farklılık göstermemiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaşamın Anlamı, Yaşam Amacı, Z Kuşağı, ÜSYAŞAM

© 2022 BUAAD-BIJAR. Tüm hakları saklıdır.

### Kaynak gösterme / To cite this article:

Güler, E.K., Tutgun-Ünal, A., & Tarhan, N. (2022). Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algularının incelenmesi. *Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 179-198. doi:10.48174/buaad.52.6

### Summary

Today, the biggest factor that puts people under stress is, not having a purpose. One's life values are the most important thing that connects them to life and determines the direction of their lives. In some studies, young people's perspectives on concepts such as tolerance towards difference, work life, outlook on life, starting a family and marriage have been examined. As a result, the value system of young individuals has become controversial with some new values brought by the newly developing online world.

In general, Tarhan (2015) divided values into two as aims and means. Accordingly, aim value defines abstract goals in human life and the path to the goal is defined as means values. These values differ according to various cultures. A comprehensive "Uskudar University Youth and Family Research" was conducted on the attitudes of university youth towards marriage and starting a family. This study was carried out throughout Turkey and took place in the press (Tarhan, 2020). In this study, in which the attitudes of different generations towards marriage and family values were investigated, it was revealed that nearly half of the youth of the Generation Z did not have an idea yet, that is, the value system was not fully established on these issues. Thus, the establishment of the value system, life meanings and aims

<sup>1</sup>Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi, enderkardelenguler@gmail.com, Orcid: 0000-0003-4090-4824

<sup>2</sup>Üsküdar Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Doç. Dr., aylin.tutgununal@uskudar.edu.tr, Orcid: 0000-0003-2430-6322

<sup>3</sup>Üsküdar Üniversitesi, NPIstanbul Nöropsikiyatri Hastanesi Psikiyatri Bölümü, Prof. Dr., nevzat.tarhan@uskudar.edu.tr, Orcid: 0000-0002-6810-7096

of young individuals is considered important in the continuity of life, psychological well-being and in maintaining the existence of a person in society as a healthy individual.

In many sources, it is seen that the Generation Z is considered as those who born in the year 2000 and after. Transparency, self-confidence, flexibility and personal freedom have been identified as indispensable business priorities for them (Bascha, 2011). According to Schawbel (2014), they prefer face-to-face communication and want to be taken seriously. They want their ideas to be heard and valued by managers. On the other hand, a friendly working environment that encourages entrepreneurial skills and that allows flexible work schedules are the features that Generation Z looks for when it comes to workplaces. Because technology is an integral part of their lives, they prefer organizations that are at the forefront of the workplace, which supports and allows them to communicate, organize documents and advance their work, regardless of geographies or time zone barriers (Tutgun-Ünal and Deniz, 2020b). When we look at all these studies, it seems that the Generation Z has different needs and motivating factors compared to previous generations. Due to their growth intertwined with technology, it is seen that the Generation Z, which is the target audience of this study, differs from other generations in some issues.

In addition to this, some psychometric scales have been developed to evaluate life goals and values. The Life Purpose Scale (LPS) is one of them and was developed by İlhan in 2019. Another scale was developed by Ryff in 1989. The Turkish adaptation of this scale was made by Akın in 2008. Among the said scales, there is the “Psychological Well-Being Scale” and the “Life Goal Scale”. Further, the “Life Goals Scale for Adolescents in with Respect to Positive Psychotherapy” (LGSARPP) was developed by Eryılmaz in 2010. In addition, Aydiner developed the “Life Purposes Scale” in 2011, which consists of thirty-one items.

Observing that the meaning and purpose of life differ from generation to generation today, a scale called “Uskudar Life Meaning and Goals Scale” (USLIFE) related to the subject was developed by Tarhan and Tutgun-Unal in 2022. This scale, consisting of 28 items in 7 sub-dimensions, was prepared in a 5-point Likert type (1: I strongly disagree, 5: I completely agree). The sub-dimensions of the scale are as follows: Tangible Meaning Skills, Belief in Death, Skill to Delay of gratification, Intangible Meaning Skills, Internal Control Skill, Medium- and Long-Term Planning Skill, Perception of Ego Ideal. In this study, data were also collected with this scale. In another study on the subject, it is emphasized that young individuals have a value system that differs due to many variables (Tarhan, 2020). Accordingly, it is important to define and compare generations.

In this research, it is aimed to examine the meaning and purpose of life and perceptions of the Generation Z. The sample of the study, which was carried out in the general screening model in accordance with the quantitative research method, consists of a total of 149 individuals, 90 (60.4%) women and 59 (39.6%) men. The data of the research were collected with the Personal Information Form and Uskudar Life Meaning, and Goals Scale (USLIFE) developed by Tarhan and Tutgun-Ünal (2022). As a result of the research, it was determined that 3.4% of the participants had a low level of perception of meaning and purpose in life, 72.5% had a medium level of perception of meaning and purpose in life, and 24.2% had a high level of perception of meaning and purpose in life. The perception levels of the participants differed significantly according to gender, duration of social media use, whether to use filters before sharing photos on social media, the most frequently used social media application, the thought about whether marriage is necessary and religious beliefs. It was found that men, those who connect to social media for less time, those who do not use filters before sharing photos, those who use YouTube most often, those who think that marriage is necessary and those who fulfill the requirements of religion, have a significantly higher perception of life meaning and purpose. Furthermore, the level of perception of meaning and purpose in life did not differ significantly according to the meaning attributed to “likes” in social media, whether marriage is important or not, age, education level, whether parents are together or not, whether they live alone or together, the thought about having a child, the reason for the importance of marriage and the level of feeling of loneliness.

**Keywords:** Life Meaning; Life Goals; Generation Z; USLIFE

## GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle ve sosyal medya kullanımının artmasıyla kuşaklar ve yaşam biçimleri, değerleri ve yaşam amaçlarında birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Kuşaklar, çevrimiçi dünyada farklılaşan iletişim şekilleri ve değerler geliştirmişlerdir. Böylece, kişilerin değerleri ailelerine, inançlarına, deneyimlerine göre değişiklik göstermektedir. İnsanlar var oldukları süre boyunca bireysel ve toplumsal yaşamlarını sürdürmek, amaçlarına ulaşmak ve kaygılarından kurtulmak için birtakım inançlar ve değerler geliştirirler. Bu inançlar ve değerler neyin doğru neyin yanlış olduğu, insanların kişisel ve sosyal yaşamları için ne isteyip ne istemedikleri ile ilişkilidir. Bu

değerler geçtiğimiz yüzyıldan beri psikoloji biliminin inceleme konuları arasına girmiştir (Baş ve Hamarta, 2015).

İnsanın hayatındaki değerler, onun yaşamı yorumlayışı ve yaşama bakış açısı bakımından son derece önemli bir etkidir (Mehmedoğlu, 2007). Son zamanlarda çeşitli kuşaklardan insanlar için sosyal medyada içerik üretip diğerlerinin beğenisine sunmak giderek yaygınlaşmış, yaşamda çok önemli bir yer edinmeye başlamıştır. Oluşan bu yeni çevrimiçi dünyanın getirdiği yeni kültür, kuşaklar arasında farklı değerler gelişmesine yol açmıştır (Deniz ve Tutgun-Ünal, 2019; Tutgun-Ünal ve Deniz, 2020a, 2020b).

Bununla birlikte, yaşam amaçları ve değerlerin incelenebilmesi için birtakım ölçekler geliştirilmiştir. Yaşam Amaçları Ölçeği (YAÖ) bunlardan biridir ve 2009 yılında İlhan tarafından geliştirilmiştir. Diğer bir ölçek ise, 1989 yılında Ryff tarafından geliştirilmiştir (Ryff, 1989a, 1989b). Bu ölçeğin 2008 yılında Türkçe uyarlaması ise, Akın tarafından yapılmıştır. Söz konusu “Psikolojik İyi Olma Ölçekleri (PİÖÖ)” arasında “Yaşam Amaç Ölçeği” bulunmaktadır. Yine “Pozitif Psikoterapi Bağlamında Yaşam Amaçlarını Belirleme Ölçeği Ergen Formu (PPYABÖ) ise, 2010 yılında Eryılmaz tarafından geliştirilmiştir. Ek olarak, Aydın 2011 yılında otuz bir maddeden oluşan “Yaşam Amaçları Ölçeği” geliştirmiştir.

Yaşam anlam ve amaçlarının günümüzde kuşaktan kuşağa farklılaştığı gözlemlendiğinden, konuyla ilgili çok boyutlu güncel bir ölçeğin üretildiğine rastlanmaktadır (Tarhan ve Tutgun-Ünal, 2022). Üsküdar Yaşam Anlam ve Amaçları Ölçeği (ÜSYAŞAM) isimli ölçeğin 28 madde ve 7 boyuttan oluştuğu, yaşam anlam ve amaçlarını ölçen geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir. Söz konusu boyutlar; somut anlam becerileri, ölüm inancı, doyum erteleme becerisi, soyut anlam becerisi, iç kontrol becerisi, orta ve uzun vadeli planlama becerisi, ego ideali algısı olarak belirlenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi ile uyum iyiliği değerlerinin kabul edilebilir bulunduğu ÜSYAŞAM ölçeği en güncel ölçek olarak alanyazında yerini almış, bu araştırmada da kullanılması tercih edilmiştir.

Alanyazında, Z kuşağı özelinde yaşam amaçları ve değerlerine yönelik çeşitli incelemelerin yapıldığı araştırmalara rastlanmaktadır. Konuyla ilgili bir araştırmada, Z kuşağı olarak adlandırılan genç bireylerin pek çok değişkenden dolayı farklılaşan değerler sistemi olduğu vurgulanmaktadır. Buna göre, kuşakların tanımlanması ve farklılaşan değerler sisteminin tespit edilmesinin önem arz ettiği ortaya çıkmaktadır (Tarhan, 2020).

Kuşakların tanımlamaları incelendiğinde, X kuşağı, 1965 ve 1981 yılları arasında, savaştan sonra Avrupa'nın yeniden inşası sırasında doğan kuşağa denilmektedir. Bu kuşak için hayatlarının kolay olmadığı, yaşadıkları karmaşık dönemden sonra iş bulmalarının zor olduğu söylenmektedir. Yaşam felsefelerinin çalışmak ve üretmek üzere olduğu, hayatlarında idealizme yer kalmadığı ifadelerine rastlanmaktadır. X kuşağı için bireycilik, hırs ve çalışma bağımlılığı, işkolik olmak gibi

özellikler belirtilmektedir (Özdemir, 2021; Tutgun-Ünal, 2013). Fakat yıllar ilerledikçe X kuşağının da yaşadıkları dönemden ziyadesiyle etkilendiği ve sözüm ona özelliklerinin buldukları şartlara göre farklılaştığı belirtilmektedir. Buna göre, iş yaşamında kurallara bağlı oldukları belirtilen X kuşağının, yeni araştırmalarda, daha rahat ve çalışma koşulları daha iyi olan bir iş bulduklarında artık iş değişikliğine gittiği vurgulanmaktadır (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2020b). Böylece, işten ziyade iş şartlarının önemli olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

X kuşağının anne-babaları olan Baby Boomers kuşağı ise, savaş sonrası dönemi yaşamışlardır. 1945-1964 yılları arasında doğan Baby Boomers kuşağı, doğum oranlarının artış gösterdiği dönemde var olduklarından, bebek patlaması olarak adlandırılan dönemde doğduklarından dolayı Baby Boomers adını almışlardır. Bu dönemde bazı Anglo-Sakson ülkelerinde, özellikle Amerika Birleşik Devletleri'nde, Kanada'da ve Yeni Zelanda'da, İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesiyle beraber, nüfus arttırıcı politikalar uygulanmıştır (Tutgun-Ünal, 2013).

Y Kuşağı ise 80'lerin başından Milenyum'un (2000 yılı) başlangıcına kadar doğan insanları kapsamakta olup, büyük ölçüde küresel bir finansal krizin başlangıcında, aynı zamanda dijital teknolojideki büyük bir ivmenin ortasında olgunlaşan bir kuşak olarak ifade edilmektedir. Y kuşağı, cep telefonları ve diğer birtakım teknolojik yenilikler ile büyüyen ilk kuşak olmasıyla da bilinmektedir ve bu sebepten dolayı farklılıkların en belirgin hissedildiği kuşak olarak alanyazında belirtilmektedir (Ekşili ve Antalyalı, 2017; Tutgun-Ünal, 2013).

Y kuşağının genellikle esnek bir çalışma programına ve esnek çalışma biçimini benimseyen işyerlerine ayak uydurabileceği ifade edilmektedir. Diğer yandan, Y kuşağının sonuç odaklı bir kuşak olduğu ve bu kuşağa ait olan bireylerin çalışma sürecinden daha çok sonunda ne başardıkları ile ilgilendiği belirtilmektedir. Y kuşağının otoriteden hoşlanmadığı ve sık iş değiştirdikleri bildirilmektedir (Tutgun-Ünal, 2013). Bununla birlikte, Ekşili ve Antalyalı'nın (2017) Y kuşağı özelinde yaptıkları çalışmada, söz konusu Y kuşağı özelliklerinin ülkemizi yansıtmadığı belirtilmektedir. Buna göre, Y kuşağı tek tipleştirilmeyecek kadar çeşitli özellikler sergilemektedir ve bölgeden bölgeye bu özellikler farklılaşabilmektedir.

Pek çok kaynakta Z kuşağının 2000 yılı ve sonrası doğanlar olarak ele alındığına rastlanmaktadır. Şeffaflık, özgüven, esneklik ve kişisel özgürlük Z kuşağı için iş anlamında olmazsa olmaz öncelikler olarak tespit edilmiştir (Bascha, 2011). Schawbel'in (2014) çalışmasına göre ise Z Kuşağı yüz yüze iletişimi tercih etmekte ve ciddiye alınmak istemektedirler. Yöneticiler tarafından fikirlerinin dinlenilmesini ve fikirlerine değer verilmesini isterler. Diğer yandan, girişimcilik becerilerini teşvik eden iş yeri, güler yüzlü çalışma ortamı ve esnek çalışma programlarına izin veren çalışma ortamı, Z kuşağının işyerleri için aradığı özelliklerdir. Teknoloji, hayatlarının ayrılmaz bir parçası olduğu için, coğrafyalar veya zaman dilimi engelleri ne olursa olsun, iletişim kurmalarını ve çalışmalarını ilerletmelerini destekleyen ve onlara izin veren kuruluşları tercih ettikleri

belirtilmektedir (Tutgun-Ünal ve Deniz, 2020b). Tüm bu çalışmalar incelendiğinde, Z kuşağının önceki kuşaklara göre farklı gereksinimleri ve motive edici faktörlerinin var olduğu görülmektedir. Teknoloji ile iç içe büyümelerinden dolayı, Z kuşağının bazı konularda diğer nesillere göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

Alanyazında yer alan araştırmalar doğrultusunda, kuşakların özellikleri sıralanırken, güncel bilgilerin dikkate alınmasıyla birlikte, tek tipleştirmeden kaçınılması gerektiği anlaşılmaktadır. Ayrıca, Uluslararası düzlemde konu edilen kuşakların Ülkemizi yansıtmadığı, hatta aynı kuşağa tabi olan bireylerin mahalleden mahalleye göre bile farklılaştığı vurgulanmaktadır (Ekşili ve Antalya, 2017). Örneğin, Z kuşağının mensubu olduğu bir okuldaki bireyler ile bir üst sokaktaki okula devam eden aynı yaştaki bireylerin birbirinden farklı özellikler sergileyebileceği belirtilmektedir.

Günümüzde insanı strese sokan en büyük faktör, insanın bir amacının olmamasıdır. Bir insanın hayatındaki değerlerin onu hayata bağlayan ve onun yönünü belirleyen en önemli şeyler olduğu belirtilmektedir. Birtakım çalışmalarda gençlerin farklılıkları kabul etme seviyeleri, iş hayatları, hayata bakışları, aile kurma ve evlilik gibi değerlere bakış açıları incelenmiştir ve araştırmalar sonucunda genç bireylerin değerler sistemi, yeni gelişen çevrimiçi dünyanın getirdiği birtakım yeni değerlerle birlikte tartışılır olmuştur (Dewanti ve Indrajit, 2018; Kelgökmen İlic ve Yalçın, 2017; McCrindle ve Wolfinger, 2010; Tarhan ve Tutgun-Ünal, 2022; Toruntay, 2011; Tutgun-Ünal, 2021; Tutgun-Ünal ve Döğer, 2021; Zemke, Rainers ve Filipczak, 2013).

Değerleri genel olarak, Tarhan (2015) araç ve amaç değerler olarak ikiye ayırmıştır. Buna göre, soyut hedeflerimiz amaç değerler, amaca giden yol ise araç değerler olarak tanımlanmaktadır. Bu değerler çeşitli kültürlerle göre farklılık göstermektedir. Bir çalışmada evlilik ve aile kurmaya yönelik olarak üniversite gençliğinin tutumları için “Üsküdar Üniversitesi Gençlik ve Aile Araştırması” isimli kapsamlı bir yapılmıştır. Bu çalışmanın, Türkiye genelinde ve basında yer aldığı görülmektedir (Tarhan, 2020). Farklı kuşakların evliliğe yönelik tutumları ile aile değerlerinin araştırıldığı bu araştırmada Z kuşağı gençlerinin yarıya yakınının henüz bir fikri olmadığı, yani tam olarak bu konularda değerler sisteminin oturmadığı ortaya çıkmıştır. Böylece, özellikle Z kuşağı olarak ele alınan yaş grubundaki genç bireylerin değerler sisteminin, yaşam anlam ve amaçlarının yerleşmesi hayatın devamlılığında, psikolojik iyi oluşta ve sağlıklı bir birey olarak toplumda varlığını sürdürmede önemli görülmektedir.

Böylece bu araştırmada, Z kuşağının yaşam anlam ve amaçları ile buna yönelik algılarının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Z kuşağının yaşam anlam ve amaçlarına yönelik algı seviyelerinin tespiti ve algı seviyelerinin cinsiyet, sosyal medya bağlanma süresi, sosyal medyada beğenin (like) anlamı, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı, evliliğin önemli bulunup bulunmaması, yaş, öğrenim durumu, anne ve baba birliktelik durumu, yalnız veya birlikte yaşama durumu, en sık kullanılan sosyal medya uygulaması, evliliğin gerekli olup olmadığı hakkındaki

düşünce, çocuk sahibi olma hakkındaki düşünce, dini inanç, evliliğe verilen önem ve yalnızlık hissi yaşama durumuna göre incelenmesi hedeflenmiştir. Araştırma ile aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmıştır:

1. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları hangi sevededir?
2. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları birtakım demografik değişkenlere göre (cinsiyet, yaş, öğrenim durumu) anlamlı farklılık göstermekte midir?
3. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları sosyal medya kullanım alışkanlıklarına göre (sosyal medyaya bağlanma süresi, sosyal medyada beğeni tarzı, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı, en sık kullanılan sosyal medya uygulaması) anlamlı farklılık göstermekte midir?
4. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları evliliğin önemli bulunup bulunmamasına göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
5. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları anne ve baba birliktelik durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
6. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları yalnız veya birlikte yaşama durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
7. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları evliliğin gerekli olup olmadığı hakkındaki düşünceye göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
8. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları çocuk sahibi olma hakkındaki düşünceye göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
9. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları dini inanca göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
10. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları evliliğe verilen öneme göre anlamlı farklılık göstermekte midir?
11. Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algıları yalnızlık hissi yaşama durumuna göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

## YÖNTEM

Z kuşağının yaşam anlam ve amaçlarına yönelik algılarının incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırma nicel betimleme yöntemine uygun olarak tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Tarama modeli, “araştırma yürütülen konunun, evren veya evrenden seçilen örneklem üzerinde koşulları değiştirici herhangi bir müdahalede bulunmadan mevcut özellikleri ile betimlenmesidir” olarak ifade edilmektedir (Karasar, 2016).

### Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın evrenini 1997 ve sonrasında doğan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise çalışma evreninden basit seçkisiz (rastgele) örnekleme yöntemi kullanılarak seçilen toplam 149 birey oluşturmaktadır. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de yer almaktadır.

**Tablo 1. Katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin bulgular**

Değişken	Grup	f	%
Cinsiyet	Kadın	90	60,4
	Erkek	59	39,6
Yaş	18’den küçük	123	82,6
	18 ve üstü	26	17,4
Eğitim Durumu	Lise ve altı	124	83,2
	Üniversite ve üzeri	25	16,8
Anne Baba Birliktelik Durumu	Bir arada yaşıyorlar	132	88,6
	Diğer	17	11,4
Kiminle yaşıyorsunuz?	Bekarım aile ya da akraba ile yaşıyorum	136	91,3
	Diğer	13	8,7
<b>Toplam</b>		<b>149</b>	<b>100</b>

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların 90’ı (%60,4) kadın ve 59’u (%39,6) erkektir. Ayrıca 123’ünün 18 yaş altında (%82,6), 26’sının ise 18 yaş ve üstü (%17,4) olduğu görülmektedir. Eğitim durumu olarak katılımcıların 124’ü lise ve altı (%83,2), 25’i üniversite ve üzeri (%16,8) seviyesinde eğitim almıştır. 132 kişi (%88,6) ailesinin bir arada yaşadığını, 7 kişi (%11,4) de ayrı yaşadığını belirtmiştir. Bekar olup aile veya akraba ile yaşayanlar 136 kişi (%91,3) kişidir.

### **Veri Toplama Araçları**

Araştırmanın verileri toplam 2 bölümden oluşan veri toplama anketi aracılığıyla toplanmıştır. Kullanılan anketin bölümleri şunlardır: (1) Kişisel Bilgiler Formu, (2) Üsküdar Yaşam Amaçları Ölçeği (ÜSYAŞAM).

**Kişisel Bilgiler Formu:** Kişisel Bilgiler Formu’nda katılımcıların sosyo-demografik özelliklerini, ilişki durumlarını ve evliliğe yaklaşımlarını, sosyal medya kullanımlarını ve dini inançlarını tespit etmeye yönelik sorular yer almıştır.

**Üsküdar Yaşam Anlam ve Amaçları Ölçeği (ÜSYAŞAM):** Üsküdar Yaşam Anlam ve Amaçları Ölçeği (ÜSYAŞAM), Tarhan ve Tutgun-Ünal tarafından 2022’de geliştirilmiştir. 7 alt boyutta toplam 28 maddeden oluşan ölçek 5’li Likert tipte hazırlanmıştır (1: Hiç katılmıyorum, 5: Tamamen katılıyorum). Ölçeğin alt boyutları ve bunları oluşturan maddeler Tablo 3.1’de verilmiştir.

**Tablo 2. Üsküdar Yaşam Anlam ve Amaçları Ölçeği (ÜSYAŞAM) alt boyutları**

Alt Boyut	Madde Sayısı	Maddeler
Somut Anlam Becerileri	4	1*, 2*, 4*, 26*
Ölüm İnancı	3	5*, 6, 7
Doyum Erteleme Becerisi	4	8*, 9*, 10*, 17*
Soyut Anlam Becerisi	6	11, 19*, 20*, 22, 23*, 28*
İç Kontrol Becerisi	4	12*, 13*, 14*, 15*
Orta ve Uzun Vadeli Planlama Becerisi	4	3, 16, 18, 27
Ego İdeali Algısı	3	21*, 24, 25
<b>Toplam</b>	<b>28</b>	

\* Ters yapıdaki maddeler.

Ölçekteki toplam 18 madde (1., 2., 4., 5., 8., 9., 10., 12., 13., 14., 15., 17., 19., 20., 21., 23., 24., 25., 26., 28. maddeler) ters yapıdadır. Ölçekten alınan toplam puan 28-65 aralığında ise “az seviye”, 66-102 puan aralığında ise “orta seviye”, 103-140 puan aralığında ise “yüksek seviye” olarak değerlendirilmektedir. Ölçeğin iç tutarlılık güvenirlik katsayısı Cronbach Alpha değeri ,73 bulunmuştur. Ölçeğin toplam açıklanan varyans oranının ise sosyal bilimler açısından kabul edilebilir değerde olduğu tespit edilmiştir (%52,28).

### Uygulama

Araştırma için Üsküdar Üniversitesi Girişimsel Olmayan Araştırmalar Etik Kurulunun 27/08/2021 tarihinde yapılan 8. No.lu toplantısında 61351342/AĞUSTOS 2021-15 sayılı karar ile etik izin onayı alınmıştır. Ayrıca geçerlilik ve güvenilirliğini yapan ölçek sahibinden araştırmada ölçeğin uygulanabilmesi için elektronik posta yoluyla izin alınmıştır. Araştırmada veriler çevrimiçi ortamda ulaşılabilen Z kuşağından gönüllülük ilkesine uygun olarak toplanmıştır. Katılımcıların anketi doldurmaları için 15 dakika süre yeterli olmuştur.

### Veri Analizi

Verilerin analizinde SPSS 25.0 programından faydalanılarak nicel analiz yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bulgular ile katılımcıların yaşam amaç ve beceri seviyelerine ilişkin bulguların tespitinde ortalama, standart sapma, frekans ve yüzde gibi tanımlayıcı istatistik yöntemlerinden faydalanılmıştır.

Katılımcıların yaşam amaç ve beceri seviyelerinin çeşitli özelliklere göre incelenmesi ise Mann-Whitney U testi ve Kruskal-Wallis H Testi kullanılarak yapılmıştır. Ayrıca analizlerin tamamı %95 güven aralığında ve  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Nonparametrik analizlerin kullanılmasının nedeni verilerin normallik şartını sağlamamasıdır. Buna çarpıklık ve basıklık değerleri incelenerek karar verilmiştir (Tablo 3).

**Tablo 3. Bağımlı değişkene ait Kolmogorov-Smirnov testi değerleri**



Değişken	N	Kolmogorov-Smirnov	Sd	P
Yaşam Becerileri	149	0,081	149	0,017

Tablo 3'te görüldüğü üzere Kolmogorov-Smirnov testi sonucu anlamlı bulunmuştur ( $p<0,05$ ). Bu nedenle, yaşam becerileri puanının normal dağılım göstermediği tespit edilmiştir.

## BULGULAR

Araştırmada ilk olarak Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algı seviyesi ÜSYAŞAM ölçeği ile ölçülmüş ve sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir.

**Tablo 4. Katılımcıların yaşam amaç ve beceri seviyeleri**

Grup	f	%
Az Seviye	5	3,4
Orta Seviye	108	72,5
Yüksek Seviye	36	24,2
<b>Toplam</b>	<b>149</b>	<b>100,0</b>

Buna göre, katılımcıların %3,4'ünün yaşam anlam ve amaç algı düzeyi az, %72,5'inin yaşam anlam ve amaç algı seviyeleri orta ve %24,2'sinin yaşam anlam ve amaç seviyeleri yüksek olarak tespit edilmiştir.

Daha sonra, Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algılarının birtakım demografik değişkenlere göre (cinsiyet, yaş, öğrenim durumu) anlamlı farklılık gösterip göstermediği sorgulanmıştır.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç seviyelerinin cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Mann-Whitney U testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 5'te verilmiştir.

**Tablo 5: Cinsiyet değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	Kadın	90	67,84	6105,50	2010,500	-2,503	0,012
	Erkek	59	85,92	5069,50			

\*  $p<0,05$

Buna göre, cinsiyet değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p=0,012<0,05$ ). Cinsiyeti kadın olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, cinsiyeti erkek olanların yaşam becerileri ölçeği puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve küçüktür.

**Tablo 6. Yaş değişkeni açısından yaşam becerileri ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	18-	123	74,64	9180,50	1554,500	-0,223	0,824
	18+	26	76,71	1994,50			

\* p<0,05

Diğer yandan, Tablo 6’da yaş değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann-Whitney U tablosu verilmiştir. Buna göre, yaş değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p>0,05$ ), Yaşı 18’den küçük olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, yaşı 18+ olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalamasından farklı değildir. Ayrıca, katılımcıların öğrenim düzeyi açısından ÜSYAŞAM ölçeği incelenmiş olup Tablo 7’de Mann-Whitney U tablosu verilmiştir.

**Tablo 7. Öğrenim durumu değişkeni açısından yaşam becerileri ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	Lise ve Altı	124	74,27	9210,00	1460,000	-0,457	0,647
	Üniversite ve Üstü	25	78,60	1965,00			

\* p<0,05

Buna göre öğrenim durumu değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=0,647>0,05$ ). Öğrenim durumu lise ve altı olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, öğrenim durumu üniversite ve üstü olanların puan ortalamasından farklı değildir.

Daha sonra, sosyal medya kullanım alışkanlıklarına (sosyal medyaya bağlanma süresi, sosyal medyada beğeni tarzı, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı, en sık kullanılan sosyal medya uygulaması) yönelik farklılıklar incelenmiştir.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin sosyal medyaya bağlandıkları süreye göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Mann-Whitney U testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8. Sosyal medya bağlanma süresi değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	3 Saatten Az	104	80,62	8384,00	1756,000	-2,416	0,016
	3 Saatten Daha Fazla	45	62,02	2791,00			

\* p<0,05

Buna göre, sosyal medya bağlanma süresi değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p=0,016<0,05$ ), Sosyal medya

bağlanma süresi 3 saatten az olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, sosyal medya bağlanma süresi 3 saatten daha fazla olanların puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür.

Araştırmada, katılımcıların yaşam anlam ve amaç seviyelerinin sosyal medyaya bağlandıkları süreye göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Mann-Whitney U testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 9’da verilmiştir.

**Tablo 9. Sosyal medya bağlanma süresi değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	3 Saatten Az	104	80,62	8384,00	1756,000	-2,416	0,016
	3 Saatten Daha Fazla	45	62,02	2791,00			

\* p<0,05

Buna göre, sosyal medya bağlanma süresi değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır (p=0,016<0,05), Sosyal medya bağlanma süresi 3 saatten az olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, sosyal medya bağlanma süresi 3 saatten daha fazla olanların puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin sosyal medyada like yani beğenmenin anlamına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Mann-Whitney U testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 10’da verilmiştir.

**Tablo 10. “Sosyal medyada like sizin için ne anlama gelir” açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	İçeriğe Göre Okuyup/Görüp Beğeni Yaparım	118	76,88	9072,00	1607,000	-1,039	0,299
	Diğer	31	67,84	2103,00			

\* p<0,05

Buna göre, sosyal medyada like sizin için ne anlama gelir değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır (p=0,299>0,05).

Sosyal medyada like sizin için ne anlama gelir sorusuna içeriğe göre okuyup/görüp beğeni yaparım olarak cevap verenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, sosyal medyada beğeni (like) sizin için ne anlama gelir sorusuna diğer olarak cevap verenlerin puan ortalamasından farklı değildir.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Mann-Whitney U testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11. Fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	Evet	42	60,87	2556,50	1653,500	-2,366	0,018
	Hayır	105	79,25	8321,50			

\* p<0,05

Buna göre, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p=0,018<0,05$ ). Fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımına evet olarak cevap verenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı hayır olarak cevap verenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve küçüktür.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin evliliği önemli bulup bulmamaya göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Mann-Whitney U testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12: Evlilik sizin için önemli midir değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	Evet, önemlidir	73	79,43	5798,50	2377,500	-1,381	0,167
	Hayır, önemli değildir	75	69,70	5227,50			

\* p<0,05

Buna göre, evlilik sizin için önemli midir değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=0,167>0,05$ ). “Evlilik sizin için önemli midir” değişkenine “evet, önemlidir” olarak cevap verenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, “hayır önemli değildir” olarak cevap verenlerin puan ortalamasından farklı değildir.

Tablo 13’te anne baba durumu değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann-Whitney U tablosu verilmiştir.

**Tablo 13. Anne baba durumu değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	Bir Arada Yaşıyorlar	132	76,79	10136,00	886,000	-1,410	0,159
	Diğer	17	61,12	1039,00			

\* p<0,05

Buna göre anne ve baba birliktelik durumu değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=0,159>0,05$ ). Anne baba durumu bir arada yaşıyor olanların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, anne baba durumu diğer olanların puan ortalamasından farklı değildir. Tablo 14’te kiminle yaşıyorsunuz değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann-Whitney U tablosu verilmiştir.

**Tablo 14. Kiminle yaşıyorsunuz değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeği Mann Whitney U tablosu**

Ölçek	Grup	N	Ort. Sıra	Sıralar Toplamı	U	Z	p
ÜSYAŞAM	Bekarım, aile ya da akraba ile yaşıyorum	136	74,70	10159,00	843,000	-0,276	0,783
	Diğer	13	78,15	1016,00			

\*  $p < 0,05$

Buna göre kiminle yaşıyorsunuz değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=0,783 > 0,05$ ). Kiminle yaşıyorsunuz değişkenine bekarım, aile ya da akrabalarım ile yaşıyorum olarak cevap verenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, kiminle yaşıyorsunuz değişkenine diğer olarak cevap verenlerin puan ortalamasından farklı değildir.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç ve beceri seviyelerinin en sık kullanılan sosyal medya uygulamasına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Kruskal-Wallis H testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 15’te verilmiştir.

**Tablo 15. En sık kullanılan sosyal medya uygulaması değişkeni Kruskal-Wallis H analizi**

Grup	N	Ort. Sıra	K-W H	Sd	p
Diğer	31	50,69	18,021	2	0,000
Youtube	45	93,34			
Instagram	73	74,01			
Toplam	149				

Buna göre, en sık kullanılan sosyal medya değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p=0,000 < 0,05$ ).

Yapılan ikili Mann-Whitney U karşılaştırmaları sonucunda Youtube kullananların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, Instagram kullananların puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Youtube kullananların ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, diğerlerini kullananların puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyük, Instagram kullananların puan ortalaması, diğerlerini kullananların puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür.

Katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin evliliğin gerekli olup olmadığı hakkındaki düşünceye göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Kruskal-Wallis H testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 16’da verilmiştir.

**Tablo 16. Birlikte yaşamak için evlilik gerekli midir değişkeni Kruskal-Wallis H analizi**

Grup	N	Ort. Sıra	K-W H	Sd	p
Evet, gereklidir	46	85,45	7,066	2	0,029
Hayır Gerekli Değildir	72	65,38			
Bu Konu Hakkında Düşünmedim	31	81,85			
Toplam	149				

Buna göre, birlikte yaşamak için evlilik gerekli midir değişkeni açısından yaşam becerileri ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p=0,029<0,05$ ).

Yapılan ikili Mann-Whitney U karşılaştırmaları sonucunda hayır gerekli değildir diyenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, bu konu hakkında düşünmedim diyenlerin puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve küçüktür. Hayır gerekli değildir diyenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalamasının, evet gereklidir diyenlerin puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve küçük olduğu görülmüştür. Katılımcıların yaşam anlam ve amaç algı seviyelerinin çocuk sahibi olma hakkındaki düşünceye göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek için Kruskal-Wallis H testi yapılmış ve elde edilen bulgular Tablo 17’de verilmiştir.

**Tablo 17. Çocuk sahibi olmak değişkeni Kruskal-Wallis H analizi**

Grup	N	Ort. Sıra	K-W H	Sd	p
Evet	70	79,14	3,424	2	0,180
Hayır	33	62,82			
Bu Konuda Düşünmedim	46	77,43			
Toplam	149				

Buna göre, çocuk sahibi olmak değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=0,180>0,05$ ). Tablo 18’de ÜSYAŞAM ölçeğinin dini inanç değişkenine göre Kruskal-Wallis H analizi sonuçları verilmiştir.

Buna göre, dini inanç değişkeni açısından yaşam becerileri ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır ( $p=0,000<0,05$ ). Yapılan ikili Mann-Whitney U karşılaştırmaları sonucunda “inançlıyım, dinimin bütün gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim” diyenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, “inançlıyım, dinimin bazı gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim” diyenlerin puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür.

**Tablo 18. Dini inanç değişkeni Kruskal Wallis H analizi**

Grup	N	Ort. Sıra	K-W H	Sd	p
İnançlıyım, dinimin bütün gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim.	23	106,41	23,496	3	0,000
İnançlıyım, dinimin bazı gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim.	77	75,92			
İnançlıyım, dinimin gereklerini yerine getirmeyen biriyim.	25	59,62			
İnançlı biri değilim.	22	49,75			
Toplam	149				

“İnançlıyım, dinimin bütün gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim” diyenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, “İnançlıyım, dinimin gereklerini yerine getirmeyen biriyim” diyenlerin puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. “İnançlıyım, dinimin bütün gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim diyenlerin” ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, “inançlı biri değilim” diyenlerin puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. “İnançlıyım, dinimin bazı gereklerini yerine getirmeye çalışan biriyim” diyenlerin ÜSYAŞAM ölçeği puan ortalaması, “inançlı biri değilim” diyenlerin puan ortalamasından anlamlı bir şekilde farklı ve büyüktür. Tablo 19’da ÜSYAŞAM ölçeğinin evlilik önem sebebi değişkenine göre Kruskal-Wallis H analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 19. Evlilik önem sebebi değişkeni Kruskal Wallis H analizi**

Grup	N	Ort. Sıra	K-W H	Sd	p
Hayatı sevdiğimle paylaşmak için.	78	78,78	1,532	2	0,465
Evlenmek önemli değildir.	55	69,40			
Diğer	16	75,81			
Toplam	149				

Buna göre, evlilik önem sebebi değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=0,465>0,05$ ). Tablo 20’de ÜSYAŞAM ölçeğinin yalnızlık hissi değişkenine göre Kruskal-Wallis H analizi sonuçları verilmiştir.

**Tablo 20. Yalnızlık hissi değişkeni Kruskal Wallis H analizi**

Grup	N	Ort. Sıra	K-W H	Sd	p
Hiçbir Zaman	14	86,86	2,015	3	0,569
Az sıklıkta	47	73,06			
Orta sıklıkta	57	71,06			
Çoğunlukla	31	79,82			
Toplam	149				

Buna göre, yalnızlık hissi değişkeni açısından ÜSYAŞAM ölçeğine göre gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamaktadır ( $p=,569>0,05$ ).

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Z kuşağının yaşam anlam ve amaçları ile buna yönelik algılarının incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu araştırmaya toplam 149 birey katılmıştır. Yaklaşık üçte ikisi kadın olan katılımcıların %83'ü 18 yaşından küçüktür. Buna göre araştırmanın örnekleminin genel olarak 18 yaş altı kadınlardan oluştuğu söylenebilir. Araştırmanın sonuçları değerlendirilirken bu durumun göz önünde bulundurulması yerinde olacaktır.

Araştırma sonucunda "Z kuşağının yaşam amaç ve becerileri ne seviyededir?" sorusuna cevap olarak, katılımcıların yaklaşık dörtte üçünün (%72,5) yaşam amaç ve beceri düzeyinin orta seviyede olduğu tespit edilmiştir. Yüksek seviyede yer alan %24,2 ile birlikte seviyesi orta ve üzeri olanların oranı %96,7 olarak tespit edilmiştir. Bu bulgu, katılımcıların yaş grubu özellikleri dikkate alındığında doğal karşılanmıştır. Zira yaşam amaçları, yaşam ile ilgili gerçekleştirilmesi hedeflenen uzun dönemli amaçları ifade etmektedir (Kasser ve Ryan, 1996) ve bu yaş grubunda bunların çoğunlukla orta düzeyde belirlenmiş olması doğal bir durum olarak değerlendirilmektedir.

Ayrıca alanyazında yer alan benzer araştırmaların sonuçları da yakın oranlarda sonuçlar tespit edildiğini göstermiştir. Ancak araştırmamız sonucunda tespit edilen düzey bunların biraz altındadır. Bunlardan birinde Altınsoy (2016), Marmara Bölgesi'nde yaşayan 411 ergen üzerinde gerçekleştirdiği araştırmada katılımcıların yaşam amaçlarını belirleme düzeyini %64 olarak tespit etmiştir. Araştırmamızda, tespit edilen ortalama puan üzerinden benzer bir hesaplama yapıldığında bu oran %59 olarak tespit edilmektedir. Dolayısıyla yaklaşık bir sonuç ile Altınsoy'un (2016) bulgusuna benzer bir sonuca ulaşıldığını söylemek mümkündür ancak bunun altında kalınmıştır. Ayrıca, Aygün (2014) İstanbul'da yine ergenler üzerinde gerçekleştirdiği araştırmasında içsel amaçları %83, dışsal amaçları ise %79 düzeyinde tespit etmiştir. Buna göre, bu çalışmanın da altında kalınmıştır. Bunun nedeni araştırmamıza dahil edilen katılımcıların anne ve babalarının eğitim düzeyi ve ailelerinin sosyoekonomik seviyesi gibi etkenler olabilir. Araştırmamızda bunlar hakkında bilgi toplanmamış olması araştırmamız için bir sınırlılık oluşturmuştur.

Öte yandan yaşam amaç ve becerilerinin çeşitli özelliklere göre incelenmesi sonucunda önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Buna göre, 18 yaş altında veya üstünde olma, öğrenim düzeyi, anne ve babanın birlikte yaşayıp yaşamaması, aile ile birlikte yaşayıp yaşamama, evliliği önemli bulup bulmama, evliliğin önemini farklı nedenlerle açıklama, çocuk sahibi olmayı düşünme veya düşünmeme, like'ın (beğenme) anlamını farklı biçimde değerlendirme ve hissedilen yalnızlık seviyesi; Z kuşağının yaşam amaç ve beceri düzeylerini anlamlı olarak farklılaştırmamaktadır. Diğer bir ifade ile Z kuşağının yaşam amaç ve beceri düzeyleri bunlara göre anlamlı farklılık



göstermemektedir. Öte yandan kendinizi ne sıklıkla yalnız hissedersiniz sorusuna katılımcıların toplamda %59'u çok sıklıkla veya çoğunlukla cevabını vermiştir.

Ancak cinsiyet, sosyal medyaya bağlanma süresi, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanımı, en sık kullanılan sosyal medya uygulaması, evliliğin gerekli olduğunu düşünme ve dini inanç durumu; Z kuşağının yaşam amaç ve beceri düzeylerini anlamlı olarak farklılaştırmaktadır. Diğer bir ifade ile Z kuşağının yaşam amaç ve beceri düzeyleri bunlara göre anlamlı farklılık göstermektedir. Erkeklerin, sosyal medyaya 3 saatten daha az bağlananların, fotoğraf paylaşmadan önce filtre kullanmayanların, en sık olarak YouTube kullananların, evliliğin gerekli olduğunu düşünenlerin ve dinin bütün gereklerini yerine getirmeye çalıştığını ifade edenlerin yaşam amaç ve beceri düzeyleri diğer bireylerden anlamlı olarak daha yüksek bulunmuştur.

Alanyazında cinsiyetin yaşam amaç ve becerilerini farklılaştırmadığı veya kadınların yaşam amaç becerilerinin anlamlı olarak daha yüksek olduğu ile ilgili bulgular mevcuttur. Aygün (2014) kadınların yaşam amaç becerilerinin erkeklerden anlamlı olarak daha yüksek olduğunu tespit etmiştir. Aydın (2011) ve Ak (2013) ise kadınlar ile erkekler arasında anlamlı fark olmadığını bulmuşlardır. Dolayısıyla araştırmamızda erkeklerin yaşam amaç ve beceri düzeylerinin anlamlı olarak daha yüksek olması alanyazından farklılık göstermiştir. Bunun nedeni kadınların ailevi özelliklerinin erkeklerden farklılık göstermesi olabileceği gibi, konuyla ilgili detaylı araştırmalara ihtiyaç ortaya çıkmıştır.

Araştırmamız sonucunda özetle, kadınların yaşam amaç ve becerileri düzeyinin erkeklerden anlamlı fark oluşturacak biçimde daha düşük olduğu, sosyal medyada geçirilen sürenin ve işlemlerin artmasının yaşam amaç ve becerilerini anlamlı olarak azalttığı, evliliğe ve dini inançlara verilen değerlerin yaşam amaç ve becerilerini anlamlı olarak arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyada geçirilen süre arttıkça bireyin sahip olduğu boş zamanın azalması ile birlikte kendisinden beklenen görevleri gerçekleştirme, çalışma ve hedeflerini yerine getirme düzeyi azalacağından yaşam amaç ve becerilerinin anlamlı olarak azalması doğal bir sonuç olarak değerlendirilmektedir. Evlilik, dini inançlara verilen değerlerin yaşam amaç ve becerilerini anlamlı olarak arttırması ise Öz Belirleme Kuramı ile birlikte değerlendirildiğinde yine doğal bir sonuç olarak karşılanabilir. Nitekim Öz Belirleme Kuramı'na göre, kendini kabul ve bağlılık yaşam amaçlarının önemli birer ögesi oluşturmaktadırlar. Özellikle bağlılık amacı, bireylerin arkadaşları, yakın çevreleri ve aileleri ile tatmin edici ilişkiler kurmasını içine almaktadır. Yakın çevre ile ve aile ile olumlu ve destekleyici ilişkiler kurmak bireyin ruh sağlığı ve yaşam kalitesi açısından oldukça önemlidir (Deniz, 2020).

Ayrıca Grouzet vd.'nin (2005), Öz Belirleme Kuramı'na ekledikleri amaçlar arasında haz ve maneviyat adı verilen amaçlar bulunmaktadır. Bu nedenle evliliğe ve dini inançlara verilen önemin yaşam anlam ve amaç algı becerilerini arttırdığı düşünülmektedir ve alanyazın desteklenmiştir. Bu sonuçlara dayalı olarak aşağıdaki önerilerde bulunulmuştur:

- Kuşakların bölgeden bölgeye, hatta mahalleden mahalleye değişebileceğine dair bilgiler ışığında, bu çalışmanın farklı bölgelerde farklı sonuçlanabileceği düşünülmektedir. Bu yüzden karşılaştırma yapabilmek adına farklı spesifik bölgelerde de çalışma tekrarlanabilir.
- Z kuşağının günlük sosyal medya kullanımının gerek bu çalışmada gerek pek çok çalışmada yoğun olduğu görüldüğünden okullarda ve sosyal yaşamda yüz yüze yapılacak aktivitelerin arttırılması önerilebilir.
- Z kuşağına yönelik içerisinde pek çok psiko-eğitimin yer aldığı değerler eğitimlerinin başlatılabileceği düşünülmektedir. Araştırmada da anlaşıldığı gibi, aile değerleri, maneviyat, yüz yüze iletişim gibi değer ve davranış kazanımlarının, Z kuşağının yaşam anlam ve amaç algılarında pozitif yönde etkisi olmaktadır.

### KAYNAKÇA

- Acar, B. (2019). High school students' social media usage:An application on user behaviors, preferences and reasons based on the uses and gratifications theory. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Ak, K. (2013). Üniversite öğrencilerinin özgecilerik düzeylerinin yordayıcısı olarak yaşam amaçları. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Akın, A. (2008). Psikolojik İyi Olma Ölçekleri: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 8(3), 721-750.
- Altınsoy, F. (2016). Ergenlerde okula aidiyet duygusunun yordayıcısı olarak yaşam amaçları ve bağlanma stilleri. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Tokat.
- Aydın, B. B. (2011). Üniversite öğrencilerinin yaşam amaçlarının alt boyutlarının genel öz-yeterlik, yaşam doyumu ve çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sakarya.
- Aygün, M. (2014). Öğrencilerin yaşam amaçlarıyla gelecek kaygısı arasındaki ilişki. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Baş, V. ve Hamarta, E. (2015). The Correlation between values and the meaning of life of university students. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 13(29), 383-392.
- Bascha. (2011, September 19). Z: The open-source generation.
- Deniz, E. (2020). Lise öğrencilerinde yaşam amaçları ve umudun öznel iyi oluşla ilişkisinin incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Atatürk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.

- Deniz, L. ve Tutgun-Ünal, A. (2019). Sosyal medya çağında kuşakların sosyal medya kullanımı ve değerlerine yönelik bir dizi ölçek geliştirme çalışması. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11(18), 1025-1057.
- Dewanti, P. ve Indrajit, R.E. (2018). The effect of XYZ generation characteristics to e-commerce C-to-C: A review. *Ikraith-Informatika*, 2(2), 56-60.
- Ekşili, N. ve Antalyalı, Ö.L. (2017). Türkiye’de Y kuşağı özelliklerini belirlemeye yönelik bir çalışma: Okul yöneticileri üzerine bir araştırma. *Humanities Sciences*, 12(3), 90-111.
- Eryılmaz A (2010) Yeniden gözden geçirme: pozitif psikoterapi ve gelişimsel rehberlik bağlamında ergenler için amaçları genişletme programı. *Aile ve Toplum Dergisi*, 20, 53-65.
- Grouzet, F. M., Kasser, T., Ahuvia, A., Dols, J. M. F., Kim, Y., Lau, S., Ryan, R. M., Saunders, S., Schmuck, P. ve Sheldon, K. M. (2005). The structure of goal contents across 15 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89(5), 800-816.
- İlhan, T. (2009). Üniversite öğrencilerinin benlik uyumu modeli: yaşam amaçları, temel psikolojik ihtiyaçlar ve öznel iyi oluş. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Karasar N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi: kavramlar, ilkeler, teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Kasser, T. ve Ryan, R. M. (1996). Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22(3), 280-287. doi:10.1177/0146167296223006
- Kelgökmen İlic, D. ve Yalçın, B. (2017). Y jenerasyonunun farklılaşan iş değerleri ve liderlik algılamaları. *Journal of Yaşar University*, 12(46), 136-160.
- Kuzu, A. (2019). Genç yetişkinlerde sosyal medya kullanımı ile beden algısı ve depresyon arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- McCordle, M. ve Wolfinger, E. (2010). Generations defined. *Ethos*, 18(1) 8-13.
- Mehmedoğlu, A.U. (2007). *Üniversite öğrencilerinin değer yönelimleri ve dindarlık. Değerler ve Eğitimi* (Editör: Recep Kaymakcan). İstanbul, DEM/Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları.
- Özdemir, Ş. (2021). Sosyal medya çağında kuşakların medya kullanım alışkanlıklarının incelenmesi. *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 9(20), 281–308.
- Ryff, C. D. (1989a). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069-1081.
- Ryff, C. D. (1989b). In the eye of the beholder: Views of psychological well-being among middle-aged and older adults. *Psychology and Aging*, 4(2), 195-210.

- Schwabel, D. (2014). *Gen Y and Gen Z Global Workplace Expectations Study*. Fortune, <http://millennialbranding.com/2014/geny-genz-global-workplace-expectations-study/>
- Tarhan, N. (2015). *Değerler Psikolojisi ve İnsan*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tarhan (2020). *Z Kuşağı Kayıp Kuşak Olmasın*. <https://uskudar.edu.tr/tr/icerik/5466/prof-dr-nevzat-tarhan-z-kusagi-kayip-kusak-olmasin>
- Tarhan, N. ve Tutgun-Ünal, A. (2022). Uskudar Life Meaning and Goals Scale (USLIFE) Validity and Reliability Studies [Üsküdar Yaşam Anlam ve Amaçları Ölçeğinin (ÜSYAŞAM) Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışmaları]. *The Journal of Neurobehavioral Sciences-JNBS*, 9(2), xx-xx. ISSN: 2148-4325.
- Toruntay, H. (2011). Takım rolleri çalışması: X ve Y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tutgun-Ünal, A., ve Deniz, L. (2020a). Sosyal medya kuşaklarının sosyal medya kullanım seviyeleri ve tercihleri. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(22), 125-144. DOI: 10.26466/opus.626283
- Tutgun-Ünal, A., ve Deniz, L. (2020b). The comparison of work values of social media generations in terms of giving importance to work and obeying the rules in Turkey. *Azerbaijan Journal of Educational Studies*, 690, 199–220. <http://dx.doi.org/10.29228/edu.102>.
- Tutgun-Ünal, A. (2013). *Nesiller ayrılıyor: X, Y ve Z nesilleri*. Açık Bilim, <http://www.acikbilim.com/2013/09/dosyalar/nesiller-ayriliyor-x-y-ve-z-nesilleri.html>
- Tutgun Ünal, A. (2021). Social media generations' levels of acceptance of diversity. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 20(2), 155-168.
- Tutgun-Ünal, A., ve Döğür, Ç. (2021). *Kuşak İletişimi ve Farklılıkları*, içinde İşman, A., Özgür, Z., Adıgüzel, Y., ve Öztunç, M. (Ed.) İletişim Çalışmaları 2021, Eğitim Yayınevi, 128-162. E-ISBN: 978-625-8468-12-0
- Zemke, R., Raines, C., ve Filipczak, B. (2013). *Generations at work: Managing the clash of boomers, gen Xers, and gen Yers in the workplace* (2nd Ed. b.). USA: Amacom.