

**Yayın Geliş Tarihi:** 31.08.2018  
**Yayına Kabul Tarihi:** 18.03.2019  
**Online Yayın Tarihi:** 25.09.2019  
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.456533>

Dokuz Eylül Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
Cilt: 21, Sayı: 3, Yıl: 2019, Sayfa: 715-729  
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

*Araştırma Makalesi*

## **Z KUŞAĞI İLE İLGİLİ ARAŞTIRMA EĞİLİMLERİNİN VE EĞİTİME YÖNELİK KATKILARININ ANALİZİ<sup>1</sup>**

*Elif TAŞLIBEYAZ\**

### **Öz**

*Son yıllarda adını sıklıkla duyduğumuz Z kuşağı, günlük hayatın hemen her noktasında yaygın olarak kullanılan teknolojiler ile iç içe yaşanan bir zaman diliminde doğan ve bunun getirdiği çeşitli özellikleri içinde barındıran bir kuşağı ifade etmektedir. Bu konuda son yıllarda çok çeşitli alanlarda çalışmalar yapılmış ve Z kuşağının özellikleri araştırılmıştır. Bu çalışmada Z kuşağı ile ilgili çalışmalar; farklı yönleriyle –yayınlandığı yıl, konu, yöntem, amaç, Z kuşağı özellikleri, elde edilen sonuçlar, öneriler ve eğitim alanında Z kuşağı- incelenmiştir. İncelemede betimsel içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır. Öncelikle yayın başlığında “z kuşağı”, “net-generation”, “i-generation” anahtar kelimeleri bulunan 131 makale elde edilmiş, daha sonra ön analizler yapılarak araştırma amacına uygunluğuna ve elde edilebilirliğine göre makale sayısı 85’e düşürülmüştür. Çalışmalardan elde edilen bulgulara göre; Z kuşağına yönelik olarak yapılan araştırmalarda en çok makale sayısına 2017 yılında ulaşıldığı görülmüş, bu çalışmaların en çok öğrenme profili üzerinde yapıldığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca çalışmaların amaçlarının genellikle Z kuşağının kritik özelliklerinin belirlenmesine odaklandığı, bu araştırmaların daha çok nicel olduğu ve sonuçlarda Z kuşağında yer alan bireylerin teknoloji kullanma eğilimlerinin diğer dijital yerlilere oranla daha fazla olduğu görülmüştür. Z kuşağının ihtiyaç duyduğu ortamlar tasarlanırken bilgiye hızlı erişme, liderlik ve duyarlılık gibi kendilerine özgü niteliklerinin göz önünde bulundurulması teknoloji tabanlı araçlardan faydalanılması gerektiği sonucuna varılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** Z Kuşağı, Ağ Kuşağı, Literatür Taraması, Eğitim, Teknoloji.

---

*Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):*

Taşlibeyaz, E. (2019). Z kuşağı ile ilgili araştırma eğilimlerinin analizi ve eğitime yönelik katkıları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (3), 715-729.

<sup>1</sup> Bu makaleye esas olan çalışmanın ilk taslağı 13. Uluslararası Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Sempozyumu’nda sunulmuştur.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bölümü, ORCID: 0000-0001-9770-6824, [etaslibeyaz@erzincan.edu.tr](mailto:etaslibeyaz@erzincan.edu.tr)

## ANALYSIS OF RESEARCH TRENDS ABOUT GENERATION Z AND THEIR CONTRIBUTIONS TO EDUCATION<sup>2</sup>

### Abstract

The term “Z-generation” defines a group of people born in an era when the daily technologies and certain behavioral patterns are common, and has been mentioned more and more in the literature as well as in media. There are various studies in different fields to seek certain characteristics of Z-generation. In this study, publications about Z-generation are investigated for a number of aspects, primarily; year, subject, method, purpose, findings and recommendations, Z-generation in educational environments. Descriptive content analyses techniques are used in this investigation. The 131 publications are collected from an academic search engine with the key words: “z-generation”, “net-generation”, and “i-generation”. Among them 85 are selected as a pre-analysis, consistent with the purpose of this study and accessibility. According to the findings, the most articles are published in the year 2017 mainly about educational profiling. The studies additionally focus on critical features of Z-generation using quantitative methods. The results show that the individuals in Z-generation tend to more use technology comparing to other digital natives. Some unique features such as fast information processing, leadership and sensitivity should be addressed when designing learning environments needed for Z-generation. It is concluded that technology based tools should be used to reach out this generation.

**Keywords:** Z-generation, Net Generation, Literature Review, Education, Technology.

### GİRİŞ

Geçmişten günümüze dünya düzeni çeşitli etkenlerle değişmekte ve sanayi toplumları bilgi toplumlarına dönüşmektedir (Çetin & Karalar, 2016). Teknolojinin yaygınlaşmasıyla giderek hızlanan bu değişim; insanların istek, ihtiyaç ve dolayısıyla yaşam ve davranış biçimlerini şekillendirmiştir (Yelkikalan, Akatay, & Altın, 2010). Bu değişime bağlı olarak da her bir yaş grubunun; ortak mekân, ortak inanç ve yaşayış biçimi ile oluşan kendine özgü karakteristik yapısı oluşmuş, bu yapı kuşak kavramı ile tanımlanmıştır (Sarıtaş & Barutçu). Kuşak, yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntılarını, kaderlerini paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişiler topluluğunu ifade etmektedir (TDK, 2018). Her kuşakta yer alan bireyler, kendi içinde benzer değer yargıları barındırdığından, kendi kuşak grubunun istek ve davranışlarına benzer özellikler gösterirken, diğer kuşaklardan farklı özellikler göstermektedir (Chen, 2010).

Günümüz iş/sosyal hayatında yer alan kuşaklar; bebek patlaması, X, Y ve Z kuşağı şeklinde sıralanmaktadır. Bebek patlaması kuşağı, 1946 – 1964 yılları arasında doğan, iletişim, paylaşılan sorumluluklar ve takım çalışmasına önem

<sup>2</sup> The first draft of this study was presented at the 13th International Computer and Instructional Technologies Symposium.

veren (Toruntay, 2018) bireyleri ifade etmektedir. X kuşağı, 1965 – 1980 yılları arası doğan, ebeveynlerine göre daha eğitilmiş, daha çalışkan, realist ve kanaatkâr bir yapıya sahip olan ve teknoloji çağından önce doğmalarına rağmen teknolojiyi günlük işleri için kullanabilen bireyleri tanımlamaktadır (Adıgüzel, Batur, & Ekşili, 2014; Altunbay & Bıçak, 2018; Çetin & Karalar, 2016). Y kuşağı ise 1980 – 1990 yılları ortalarında doğan, girişimci, talepkâr, bireyselliğe önem veren ve teknolojiye bağlı, iş ve sosyal yaşamda teknolojik imkânları rahatlıkla kullanabilen nesli ifade etmektedir (Erden Ayhün, 2013; Kavalcı & Ünal, 2016). Dijital bir çağda dünyaya gelen “Z kuşağı” ise yaklaşık 10 yıl gibi kısa bir süre sonra çalışma yaşamına katılmış olacak olan kuşaktır (Aydın & Başol, 2014). Bu kuşakta yer alan bireylerin, doğru teknoloji kullanımına karşı eleştirel tutumlara sahip olmadıkları ve ihtiyaç duyulandan daha fazla teknolojiyi amaçsızca kullandıkları belirtilmektedir (Thompson, 2013; Jones, Ramanau, Cross, & Healing, 2010).

Özellikle son yıllarda dijital dünyada ve dolayısıyla kuşaklarda yaşanan değişimler, dijital yerliler ve dijital göçmenler kavramları ile tanışmamıza neden olmuştur. Dijital yerliler, günümüz teknolojileri ile hayata başlamış, tüm günlük işlerinde çevrimiçi ortamlardan yararlanan 21. yüzyıl çocukları ve gençlerinden oluşmaktadır. Diğer yandan dijital göçmenler, teknolojilerin ve çevrim içi ortamların kullanıldığı bu ortamlara uyum sağlamaya çalışan ve bu ortamları hayatının bir parçası haline getirmede zorluk yaşayan bireyleri ifade etmektedir (Bilgiç, Duman, & Seferoğlu, 2011; Prensky, 2001). Bu yapıya göre Z kuşağı, dijital yerli kavramının ortaya çıkış sürecinde doğmuştur.

İlk defa Howe ve Strauss, yine kendilerine ait Strauss–Howe kuşak teorisine istinaden milenyum adı verilen kuşaktan sonra bir kuşak daha ortaya çıkacağını öngörmüşlerdir (Howe & Strauss, 1991). Daha sonra Z kuşağı adı verilen bu kuşak, 1990/2000 yıllarında ve tamamen teknolojik bir çağda doğan ve bu nedenle teknoloji ile iç içe yaşayan bireylerin bulunduğu kuşağı ifade etmektedir. Bu nedenle bu kuşağın üyeleri sıklıkla “İnternet Kuşağı” (net-generation), “ağ kuşağı” (i-generation) olarak da adlandırılmaktadır (Aydın & Başol, 2014). Bu kuşakta yer alan bireyler dijital yerli olarak bilgiyi dijital göçmenlerden daha hızlı işleyen ve bilgiyi kullanma, paylaşma özellikleri onlardan farklı olan, basılı kaynaklardan ziyade dijital olanları tercih eden bir nesil olarak dikkat çekmektedir (Bilgiç et al., 2011).

Alan yazına bakıldığında dijital medya ile büyümüş bu yeni nesli tanımaya, davranış ve özelliklerini keşfetmeye yönelik pek çok çalışma yapılmıştır. Z kuşağı ile ilgili olarak yapılan çalışmalar genel olarak altı kategoride incelenmiştir. Bunlar; tüketici olarak Z kuşağı davranışlarını inceleyen, iş hayatında nasıl olabileceklerine ilişkin araştırmalar yapan, eğitim ortamlarında öğrenme stilleri üzerine yoğunlaşan, sosyal medya kullanımlarını inceleyen ve genel olarak Z kuşağı tanımı ve kritik özellikleri üzerinde duran araştırmalardır. Bu çalışmalar ile gelecekte sosyal yaşama ve iş yaşamına hâkim olacak olan neslin kritik özelliklerinin belirlenerek eğitimde ihtiyaç duydukları bilgiye erişim yöntemlerinin

(Jaleniauskiene & Juceviciene, 2015; Prensky, 2001), sosyal alandaki tercihlerinin (Quinn & Oldmeadow, 2013) ve tüketim ihtiyaçlarının ortaya çıkarılması (Thomas, Kavya, & Monica, 2018) ve buna göre yönlendirilmesi mümkün olacaktır.

Bu bağlamda öncelikle şu an öğrenci olan Z kuşağı bireylerinin bulunduğu eğitim ortamlarına ilişkin çalışmalara odaklanılmaktadır. Literatürde de eğitim ortamında Z kuşağına yönelik çok sayıda araştırma yapıldığı ve Z kuşağının eğitim sürecini kendine özgü ihtiyaç ve özellikleriyle değiştirebileceği öngörülmektedir. Araştırmalarda sıklıkla tekrarlanan Z kuşağı, farklı motivasyon ve ihtiyaçlara sahip, aynı anda birden fazla işi yapabilen, motor becerileri gelişmiş, teknoloji ve interneti rahatlıkla kullanabilen bireyleri ifade etmek için kullanılmaktadır (Altunbay & Bıçak, 2018; Kennedy, Judd, Churchward, Gray, & Krause, 2008). Bu nedenle Z kuşağında yer alan bireylerin bu özellikleri dikkate alınarak, eğitim ortamlarının değiştirilmesi ve yapılandırılması gerektiği düşünülmektedir (Fisher & Newton, 2014). Fakat bu çalışmanın yapıldığı tarihte öğrenci olan Z kuşağı bireylerinin bulunduğu eğitim ortamlarının yukarıda sözü edilen özelliklere göre düzenlenmediği ve ihtiyaçları karşılamadığı gözlemlenmektedir. Ayrıca bu bireyler, öğretmenleri ile farklı kuşaklarda yer aldığından, öğretmenlerin kullandıkları eğitim/öğretim teknolojileri ve yöntemleri ile bireylerin öğrenme ihtiyaçlarının karşılanamaması problemi ortaya çıkmaktadır.

### **Araştırmanın Önemi**

Literatürde dijital yerliler ve son zamanlarda adını daha sık duymaya başladığımız Z kuşağı ile ilgili çalışmalar giderek daha fazla yer almaktadır. Fakat Z kuşağındaki bireylerin iş yaşamı, sosyal yaşam, tüketim ve özellikle eğitim ortamlarındaki özelliklerine ilişkin çalışmalardaki eğilimin hangi yönde olduğuna dair bir çalışmaya yer verilmediği görülmüştür. Bu nedenle bu çalışmanın birinci amacı, Z kuşağı ile ilgili çalışmaları; tüm yönleriyle –yayınlandığı yıl, konu, yöntem, amaç, Z kuşağı özellikleri, elde edilen sonuçlar ve öneriler- incelemek ve çalışmalardaki eğilimi ortaya çıkarmaktır. İkinci olarak da Z kuşağında yer alan bireylerin eğitimine yönelik olarak yapılan çalışmaların eğilimine ve öğrenme ihtiyaçlarına ilişkin fikir sahibi olabilmek amaçlanmaktadır. İncelenen çalışmalardan elde edilen sonuçlar doğrultusunda Z kuşağına yönelik yayınlar ile ilgili eğilimlerin ne yönde olduğu, Z kuşağı ile ilgili hangi özelliklerin daha çok öne çıktığı, eğitim ortamlarında Z kuşağına yönelik olarak yapılan uygulamaların ve bu konuda alan yazındaki potansiyel boşlukların neler olduğunun ortaya çıkarılması planlanmıştır. Bu sayede çalışmaların hangi yönde ilerleyeceği, Z kuşağı özelliklerinin neler olduğu ortaya çıkmış olacaktır. Bununla birlikte Z kuşağında yer alan bireylere verilmesi gereken eğitimin nasıl olması gerektiğini bilmenin, eğitim ortamlarının yeniden yapılandırılmasına ışık tutacağına inanılmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada Z kuşağı ile ilgili bir takım çalışmalar incelenmiş, eğilimler tanımlanmış ve sonuçlar incelenmiştir. Bu araştırmanın araştırma soruları aşağıdaki gibidir;

- 1) Bu çalışmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
- 2) Bu çalışmaların konu eğilimleri ne yöndedir?
- 3) Bu çalışmaların araştırma amaçları ne yöndedir?
- 4) Bu çalışmaların yöntemsel eğilimleri nasıldır?
- 5) Bu çalışmaların sonuçlarında hangi Z kuşağı özellikleri elde edilmiştir?
- 6) Bu çalışmalardan elde edilen öneriler nelerdir?
- 7) Z kuşağının eğitimine ilişkin çalışmalardaki eğilim ne yöndedir?

## **YÖNTEM**

### **Araştırma deseni**

Bu çalışmada sistematik analiz yöntemlerinden betimsel içerik analizi kullanılmıştır. Betimsel içerik analizi'nde belirli bir konuda yapılmış olan yayınların betimsel olarak incelenmesi ve araştırmaların eğiliminin ortaya çıkarılması amaçlanır (Çalık & Sözbilir, 2014).

### **Örneklem**

Bu çalışma kapsamında son 10 yılda yapılmış Z kuşağı ile ilgili olan çalışmalar alan yazın taraması ile elde edilmiştir. Çalışma kapsamında bu yıllardaki çalışmaların incelenmesinin nedeni, bu kavramın son 10 yıl içerisinde gündeme gelmesidir. Bu çalışmaların genel eğilimleri ve çalışmalarda geçen Z kuşağının karakteristik özellikleri ve bu kuşağın eğitimine ilişkin çalışmaların eğilimi incelenmiştir.

### **Araştırma Süreci**

Bu aşamada ilk olarak konu ile ilgili araştırmaların hangi konu başlıklarına göre kategorize edileceği belirlenmiştir. Bunun için örnek bir çalışma incelenmiş ve elde edilecek olan çalışmalar; yayımlandığı yıl, konu, amaç, yöntem, sonuçlar ve öneriler konu başlıklarına göre kategorize edilmiştir. Bu konu başlıkları, -daha önceki eğilim çalışmaları da incelenerek- bir çalışmanın tüm yönlerinin analiz edilmesini sağladığı için tercih edilmiştir.

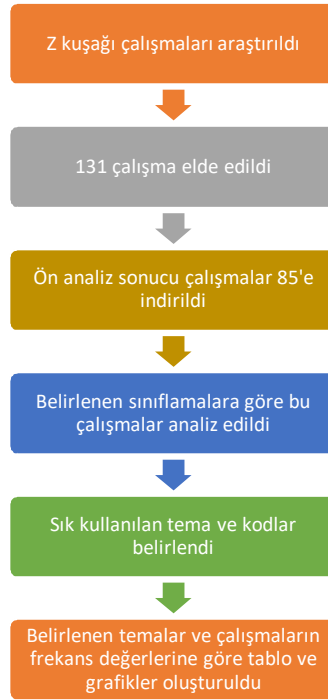
Araştırma sürecine yön verecek olan alan yazın taraması, Google akademik, dergi park ve Web of Science üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veri toplamaya ilk olarak, başlığında “z kuşağı” “net generation” ve “i generation” ifadeleri geçen çalışmaların genel bir taraması yapılarak başlanmıştır. Bunun sebebi, Z kuşağı kavramı ile internet kuşağı kavramlarının aynı anlama gelmesinden kaynaklanmaktadır (Aydın & Başol, 2014). Araştırmalar sonucunda, bu şarta bağlı olarak toplamda 131 çalışma elde edilmiştir. Daha sonra konu kapsamında olduğu varsayılan bu çalışmalar, araştırmacı tarafından ayrı ayrı ön bir analize tabi tutulmuştur. Bu ön-analiz sonucunda, çalışmaların sayısı tam metninin

elde edilememesi, çalışmaların İngilizce veya Türkçe dışında bir dil ile yazılmış olması, çalışmanın incelenen kriterlere uygun olmaması gibi nedenlerle 85'e düşürülmüştür.

### Veri Analizi

Çalışmalar konu başlıklarına göre betimsel içerik analizine tabi tutulmuşlardır. Araştırma bulgularıyla ilgili ortak kodlar ve temalar belirlenmiş ve bunlar araştırmacı tarafından ayrı ayrı değerlendirilmiştir. Daha sonra yapılan analizler karşılaştırılmış ve temaların son hali ortaya çıkarılmıştır. Bulgular için oluşturulan tablolara bu temalar ve frekans değerleri yerleştirilmiştir. Bu çalışmanın araştırma ve veri analizi süreci Şekil 1'de görülebilir.

Şekil 1. Araştırma ve veri analizi süreci



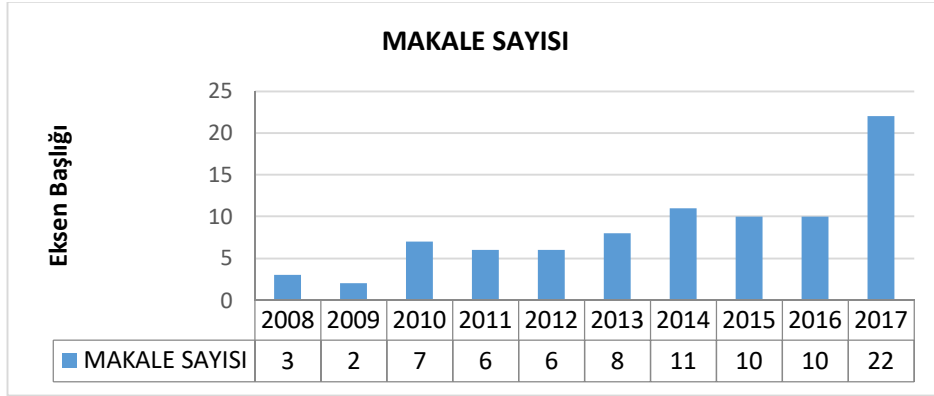
### BULGULAR

Bu çalışmanın verileri araştırma soruları ışığında içerik analizi ile analiz edilmiş ve bu sorulara yönelik alt başlıklar halinde aşağıda sunulmuştur.

### Çalışmaların yıllara göre dağılımı

Son 10 yıl içerisinde Z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmalara bakıldığında, bu çalışmaların yıllara göre dağılımının aşağıda yer alan grafikteki gibi olduğu gözlenmiştir.

**Grafik 1:** Çalışmaların yıllara göre dağılımı



Z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmalara yönelik grafik incelendiğinde en çok makale sayısına 2017 yılında ulaşıldığı görülmüştür. Bu yılı 2014, 2015 ve 2016 yılları izlemiştir. Grafikte de görüldüğü üzere çalışma sayısı bazı yıllarda azalsa da genel olarak arttığı görülmüştür. En yüksek sayıya ise son yıllarda erişilmiştir.

### Çalışmaların Konulara Göre Dağılımı

Z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmalar, konularına göre incelenmiş ve aşağıdaki tablo elde edilmiştir.

**Tablo 1:** Çalışmaların konulara göre dağılımı

Çalışmaların Konu Eğilimleri	f	%
Eğitim ortamlarında z kuşağı	22	28
Tüketici olarak z kuşağı	20	25
Z kuşağının kritik özellikleri	15	19
İş ortamında z kuşağı	11	14
Z kuşağını tanımlanması	7	9
Sosyal medyada z kuşağı	4	5

Tablo 1 incelendiğinde, Z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmalarda en çok eğitim ortamlarında Z kuşağının özelliklerine ağırlık verildiği görülmüştür ( $f=22$ ). Bu çalışmaların şu an öğrenci olan bu bireylere eğitim ortamlarında nasıl davranılması gerektiğine ve onların eğitim ihtiyaçlarına yönelik araştırmalar olduğu görülmüştür. Tablo 1'e göre ikinci sırada tüketici olarak Z kuşağı özelliklerinden bahsedildiği dikkati çekmiştir. Bu sonuçtan Z kuşağında yer alan

bireylerin tüketim özelliklerine göre ürünler belirlenmeye çalışıldığı için bu yönde araştırmaların çoğunlukta olduğu çıkarılmıştır. Ayrıca tabloya göre Z kuşağının özelliklerini inceleyen çalışmaların da yer aldığı dikkat çekmiştir ( $f=15$ ).

### Çalışmaların Amaçlarına Göre Dağılımı

Bu bölümde çalışmaların hangi amaçlardan yola çıkılarak yapıldığı incelenmiş ve bu anlamda çalışmaların eğiliminin ne yönde olduğu görülmüştür. Sonuçlar Tablo-2'deki gibi kategorize edilmiştir.

**Tablo 2:** Çalışmaların amaçlara göre dağılımı

<i>Çalışmaların amaçlarına göre dağılımı</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Z kuşağının kritik özelliklerinin belirlenmesi	34	34
Eğitim ortamında Z kuşağı özelliklerinin belirlenmesi	17	17
Z kuşağındaki bireylerin tüketici davranışlarının belirlenmesi	14	14
Z kuşağının dijital teknoloji kullanımının incelenmesi	14	14
Çalışma ortamında Z kuşağı davranışlarının incelenmesi	10	10
Dijital yerlilerin genel olarak tanımlanması	6	6
İnternet ve sosyal medya kullanımlarının incelenmesi	4	4

Tablo-2 incelendiğinde yapılan çalışmaların amaçlarının Z kuşağının kritik özelliklerinin belirlenmesine odaklandığı görülmüştür ( $f=34$ ). Bu amacı, ikinci olarak Z kuşağındaki bireylerin eğitim ortamındaki davranışlarının/özelliklerinin ( $f=17$ ) ve bu bireylerin tüketici davranışlarının belirlenmesi ile dijital teknoloji kullanımının incelenmesine yönelik çalışmalar izlemiştir ( $f=14$ ).

### Çalışmaların Yöntemsel Eğilimleri

Bu bölümde ise Z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmaların yöntemleri incelenmiş ve genel olarak yöntemsel eğilimlerine göre Tablo-3 oluşturulmuştur.

**Tablo 3:** Çalışmaların yöntemsel eğilimleri

<i>Çalışmaların yöntemsel eğilimleri</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Nicel yöntemler	29	36
Nitel yöntemler	25	31
Sistemik analiz	17	21
Belirtilmemiş	9	11

Tablo-3 incelendiğinde Z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmalarda daha çok nicel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı ( $f=29$ ), bunu nitel yöntemlerin ( $f=25$ ) izlediği görülmüştür. Ayrıca alan yazın taraması veya derleme şeklinde içerik analizi yapılan 17 çalışmaya, yöntemi net şekilde belirtilmeyen 9 çalışmaya da rastlanmıştır.

### Çalışmaların Sonuçlarından Elde Edilen Z kuşağı Özellikleri

Tarama sonucunda elde edilen çalışmalar incelendiğinde çalışma sonuçlarının Z kuşağının diğer dijital yerlilerden ayırt edilen kritik özelliklerine yönelik olarak yapılandırıldığı görülmüştür. Bu nedenle bu bölümde çalışma sonuçları yerine ortaya çıkan Z kuşağının kritik özelliklerine yer verilmiştir. Z



kuşağı özellikleri, konunun daha net ve anlamlı şekilde gözlemlenebilmesi için aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır.

**Tablo 4:** Çalışmaların sonuçlarında elde edilen Z kuşağı özellikleri

<i>Çalışmaların sonuçlarında elde edilen Z kuşağı bireylerinin özellikleri</i>	<i>f</i>	<i>%</i>
Teknoloji kullanma eğilimi fazla olan	31	24
İnternet kullanma yüzdeleri yüksek olan	18	14
Farklı ihtiyaç ve motivasyon faktörlerine sahip	16	12
1990 ortası/2000'lerde doğmuş olan	16	12
Lider, girişimci, duyarlı olan	14	11
Bilgiyi hızlı yorumlayan	9	7
Bireyselliğe önem veren	7	5
Yaratıcı	5	4
Motor becerileri daha gelişmiş	5	4
Gerçekçi	3	2
Eğlenceye önem veren	3	2
İşbirliği yapabilen	2	2
İyimser, iletişim becerisi yüksek	1	1

Çalışma sonuçları incelendiğinde Z kuşağında yer alan bireylerin teknoloji kullanma eğilimlerinin diğer dijital yerlilere oranla fazla olduğu görülmüştür ( $f=31$ ). Bu sonucu internet kullanma yüzdelerinin yüksek olma sonucu izlemiştir ( $f=18$ ). Bununla birlikte Z kuşağında yer alan bireylerin farklı ihtiyaç ve motivasyon faktörlerine ihtiyaç duyduğu da görülmüştür ( $f=16$ ). Örneğin, eğitime yönelik çalışmalarda bu kuşaktaki bireylerin derse motive olmasında daha yenilikçi, yaratıcılığı besleyen ve yaşam boyu öğrenmeyi destekleyen teknolojik uygulamalara yer verilmesi gerektiği üzerine çalışmalara rastlanmıştır.

Bu kuşak özelliklerinden birinin yaş olması da ilgi çekici bir durum olarak görülmektedir ( $f=16$ ). Kuşaklar genellikle belli bir tarih aralığında doğan ve ortak deneyimlerle kültürel olarak farklılaşan bir sosyal grup şeklinde tanımlanmasına rağmen; literatürde bireyin yaşının o kuşağın özelliklerini taşımada bir ölçüt olmayabileceği yönünde bulgular da mevcuttur ve bu tartışmalı bir konudur. Z kuşağında yer alan bireylerin tüketici davranışlarını ve iş hayatını dikkate alan çalışmaların sonuçlarında lider, girişimci ve duyarlı bireyler olduğu görülmüştür ( $f=14$ ). Lider ve girişimci özelliklerinin iş hayatında daha fazla öne çıktığı, tüketici davranışlarının da daha duyarlı olduğu (örneğin çevre kirliliğine yönelik) dikkati çekmiştir. Bu sonucu, bireylerin lider, girişimci ve çevresindeki olaylara karşı duyarlı olduğuna dair özelliklere sahip olması izlemiştir.

### **Çalışmalardan Elde Edilen Öneriler**

Seçilen makalelerde araştırma bulguları üzerine araştırmacı tarafından yapılan öneriler dört ana kategoride incelenmiştir. Genellikle daha geniş bir örneklem ile çalışmanın tekrarlanması gerektiği öne sürülmüştür. Bazı araştırmalar, araştırmanın kapsamının genişletilerek (farklı parametrelerle, farklı bağlamlar içerisinde vb.) başka değişkenlere de uygulanmasını öneri olarak getirmişlerdir.

**Tablo 5:** Araştırmalarda yer alan öneriler

Öneriler	f	%
Öneride bulunmayan	35	45
Kuşağın özelliklerine göre strateji belirlenmeli	18	23
Araştırmanın kapsamı genişletilerek tekrar edilmeli	16	21
Örnekleme genişletilmeli	8	10

Genellikle pazarlama ve insan kaynakları alanlarında yapılmış olan araştırmalarda ya açıkça öneride bulunulmamış, ya da incelenen konuda bir strateji değişikliği önerilmiştir ( $f=18$ ). Bunlardan en yaygın pazarlama stratejilerinin Z kuşağı özelliklerine göre geliştirilmesi önerisidir. Bunun dışında araştırmanın değişkenlerinin ya da bağlamının değiştirilmesi önerisi 16 ayrı çalışmada dile getirilmiştir. Bu öneri, ya başka alanlarda da uygulama önerisi olarak, ya da farklı değişkenlerin de işe koşulması önerisi şeklinde görünmektedir.

### Eğitime İlişkin Çalışmaların Eğilimi

İncelenen çalışmalarda eğitim ortamlarında Z kuşağı bireylerinin özelliklerine yönelik bir takım çalışmalar yapıldığı dikkati çekmiştir. Bu çalışmalara bakıldığında, eğitim ortamlarında daha çok teknoloji ile iç içe olmasının öğrenme sürecini olumlu etkilediği hatta durağan görüntülerden çok hareketli ve etkileşimli videoların öğrencilerin daha çok ilgisini çektiği görülmüştür (Hajhashemi, Caltabiano, & Anderson, 2017). Bununla birlikte mobil teknolojilerin daha çok kullanılması gerektiği de çıkan sonuçlar arasındadır (Brown & Czerniewicz, 2010).

Çalışmalarda ayrıca Z kuşağının özellikleri göz önüne alındığında, pek çok işi bir arada yapmaya yönelik öğrenme etkinlikleri düzenlenmesi gerektiği ortaya çıkmıştır (Beyers, 2009). Geleneksel sınıf ortamı yerine Z kuşağının özelliklerine hitap edecek, etkileşimli öğrenme etkinliklerini destekleyecek öğrenme ortamları tasarlanması gerektiği de görülmüştür (Fisher & Newton, 2014). Ayrıca öğrencileri girişimci ve çevresinde olan olaylara karşı daha duyarlı olmaya yönlendirecek, dikkatini çekecek öğelere yer verilmesi gerektiğine yönelik bulgulara rastlanmıştır.

### TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmanın amacı, Z kuşağı ile ilgili Google akademik, dergi park ve Web of Science veri tabanında listelenmiş ve çeşitli dergilerde son 10 yıl içinde yayınlanmış bazı çalışmaları; belli yönleriyle –yayınlandığı yıl, konu, yöntem, amaç, Z kuşağı özellikleri, elde edilen sonuçlar, öneriler- incelemek ve çalışmalardaki eğilimi ortaya çıkarmaktır. Ayrıca bu çalışmalar içerisinde Z kuşağında yer alan bireylerin eğitimine yönelik olarak yapılan çalışmaların eğilimine ve öğrenme ihtiyaçlarına ilişkin fikir sahibi olabilmektir. Bu bölümde elde edilen bulgular önceki çalışmalar ışığında tartışılacaktır.

Çalışma bulgularına bakıldığında, Z kuşağına yönelik çalışmaların son yıllarda yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle 2017 yılında bu konu ile ilgili

araştırmaların sayısı dikkate değer derecede artmıştır. Bu sonuç, günümüz genç bireylerini oluşturan Z kuşağı bireylerinin giderek hayatın çeşitli alanlarında (eğitim, alışveriş, sosyal medya vb.) daha fazla yer alması ve bu alanlardaki ihtiyaçlarının belirlenmesi gerekliliği ile açıklanabilir. Zira gündelik hayat içerisinde daha fazla yer almaya başlayan bu kuşak bireyleri için eğitim, pazarlama, insan kaynakları gibi alanlardaki mevcut strateji ve yöntemler yerine yeni yaklaşımlar bulma ihtiyacı bulunmaktadır (Somyürek, 2014; Taş, Demirdöğmez, & Küçüköğlü, 2017).

Bulgulara göre, Z kuşağına ait bireylerin eğitim ortamlarındaki özelliklerine ve ihtiyaçlarına yönelik çalışmaların ağırlıkta olduğu dikkati çekmiştir. Şu an öğrenci oldukları düşünüldüğünde, bu bireylerin eğitim ihtiyaçlarının dikkate alınarak buna yönelik uygulamalara yer verilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bu nedenle eğitime yönelik çalışmalarda özellikle son yıllarda bir artış yaşanmıştır. Bu çalışma sonuçlarında teknolojiye daha fazla faydalanılması gerektiği ortaya çıkmıştır (Brown & Czerniewicz, 2010). Ayrıca sınıf ortamlarının da Z kuşağında yer alan bireylerin motivasyonlarını artıracak, dikkat çekici öğelere yer verilerek tasarlanması, yapılacak olan etkinliklerin etkileşimli olması gerektiği de ifade edilmiştir (Hajhashemi et al., 2017). Fakat çalışmaların önerileri de dikkate alındığında bu tür çalışmalara daha fazla yer verilmesi ve Z kuşağı bireylerinin profili netleştikçe eğitim ihtiyaçları ve gelişmelerine yönelik daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulacağı düşünülmektedir.

Bununla birlikte literatürde Z kuşağı bireylerinin tüketici profillerini incelemeye yönelik olan çalışmaların da yer aldığı görülmüştür. Bunun nedeni, bu bireylerin tüketici özelliklerini ortaya çıkararak, onlara hitap edecek ürünleri ve pazarlama stratejilerini geliştirmektir. Bu konuda yapılan çalışmalara bakıldığında, Z kuşağının tüketici profillerinin belirlenmesinin, piyasaya sürülen ürünlerin özelliklerini ve pazarlama stratejilerini geliştirmeye yol açtığı görülmüştür (Fettahloğlu & Sünbül, 2015; Hutagalung, 2016; Sarıtaş & Barutçu; Yelkikalan et al., 2010).

İncelenen çalışmaların amaçlarının, genellikle Z kuşağının kritik özelliklerini ortaya çıkarmak olduğu ve bunun için nicel çalışmalara yer verildiği de elde edilen diğer sonuçlardandır. Bu durum, 1990 ortalarında/2000'lerde doğan bireylerin özelliklerinin belirlenmeye çalışılarak, pek çok alanda uygun yaklaşımların geliştirilmesi gereğinden ortaya çıkmıştır. Bu özellikler ortaya konulduğunda Z kuşağı bireylerine hitap edebilecek eğitim ortamlarında ne tür değişikliklerin yapılması gerektiği, hangi yöntemlerin ve araçların kullanılacağı tespit edilmiş olacaktır. Önceki çalışmalara bakıldığında da Z kuşağı bireylerinin eğitim ihtiyaçlarına yönelik bazı çalışmalar yapıldığı ve bu çalışmaların sonucu olarak bu bireylere hitap edebilmek için teknoloji ile daha iç içe ve bireysel olarak da öğrenebilecekleri ortamların oluşturulması gerektiği sonucuna varılmıştır (Sarıtaş & Barutçu; Somyürek, 2014; Tuncer & Tuncer, 2016). Bu çalışmalarda anket ve ölçeklere yer verilmesi, pek çok bireyden aynı anda veri toplayarak

özelliklerin tespit edilmek istenmesi, Z kuşağı özelliklerinin belirlenmeye çalışılmasının doğal bir sonucu olarak düşünülebilir.

Çalışmalarda yaygın olarak Z kuşağı bireylerinin teknoloji ve internet kullanma eğilimlerinin diğer kuşaklara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, bu bireylerin teknoloji çağı ortasında doğmaları ve teknolojiyi her alanda kullanmaları ile ilgili olabilir. Bu konuda yapılan çalışmalar da genellikle Z kuşağının internet ve teknoloji kullanımı üzerine yoğunlaşmıştır (Giunta, 2017; Quinn & Oldmeadow, 2013; Thompson, 2013). Ayrıca bu bireylerin girişimci ve duyarlı bireyler olduklarına dair sonuçlar da vardır. Bu sonuç, bu bireylerin bilgiye kolaylıkla ulaşabildikleri için kendilerine daha çok güvenen bireyler olmaları ile ilişkilendirilebilir. Bu konuda yapılan çalışmalarda Z kuşağının her konuda kolaylıkla bilgi sahibi olabildiği ve bu bilgileri günlük yaşamına entegre edebildiği görülmüştür (Çetin & Karalar, 2016; G. Kennedy et al., 2008). Bununla birlikte çalışmalarda Z kuşağı bireylerinin farklı güdülenme araçlarına ihtiyaç duyduğu da çıkan sonuçlar arasındadır. Bu araçların teknoloji destekli olmalarının bu kuşağı olumlu etkileyeceği düşünülebilir. Örneğin, tüketim ihtiyaçları daha çok teknolojik araçlara yönelik olduğu için, hayatlarını kolaylaştıracak yeni teknolojik uygulamalar geliştirildiği ve buna yönelik reklamlara yönelme olduğu görülmektedir (Kavalcı & Ünal, 2016; Tuncer & Tuncer, 2016). Ayrıca eğitim ortamlarında güdülenmenin artırılması için bilgisayar temelli veya mobil uygulamalara daha sık yer verilmesi gerektiği de tespit edilmiştir (Altunbay & Bıçak, 2018; Jaleniauskiene & Juceviciene, 2015; Somyürek, 2014).

Sonuçta z kuşağına yönelik olarak yapılan çalışmaların eğitim ve tüketim alanına yoğunlaştığı, sosyal alanlardaki davranışlarına veya sosyal medyaya yönelik çalışmalara ise daha az yer verildiği görülmüştür. Bununla birlikte Z kuşağında yer alan bireylerin motivasyonlarının artırılması ve ihtiyaçlarının karşılanması için etkileşimli ortamlardan ve teknoloji tabanlı araçlardan faydalanılması gerektiği ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu bireylerin daha bireysel, bilgiye hızlı erişen ve onu yorumlayan, lider, duyarlı bireyler oldukları da görülmüştür.

Z kuşağı bireylerinin kritik özelliklerine yönelik sosyal alanlarda (sosyal medya, internet veya diğer ortamlardaki davranışlarına dair) daha çok çalışma yapılarak ulaşılabileceği düşünülebilir. Bu bireylerin özelliklerinin farklı değişkenlerle ilişkisi incelenebilir. Z kuşağı bireylerinin dikkatini çekmek, onları motive etmek için etkileşimli, bir anda pek çok işi bir arada yapmaya imkân tanıyan teknolojik araçlardan yararlanılması gerektiği dikkate alınabilir. Ayrıca teknoloji ve internet çağı içerisinde doğan bu bireylerin eğitim ihtiyaçlarının karşılanması için öğretim teknolojilerinden nasıl yararlanılması gerektiğine yönelik çalışmalara daha çok yer verilmesi de önerilebilir.

## KAYNAKÇA

Adıgüzel, O., Batur, H. Z., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.

Altunbay, M., & Bıçak, N. (2018). Türkçe eğitimi derslerinde “z kuşağı” bireylerine uygun teknoloji tabanlı uygulamaların kullanımı. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 10(1), 127-142.

Aydın, G. Ç., & Başol, O. (2014). X ve Y kuşağı çalışmanın anlamında bir değişme var mı? *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 4(4), 1-15.

Beyers, R. N. (2009). A five dimensional model for educating the net generation. *Journal of Educational Technology & Society*, 12(4), 218-227.

Bilgiç, H. G., Duman, D., & Seferoğlu, S. S. (2011). Dijital yerlilerin özellikleri ve çevrim içi ortamların tasarlanmasındaki etkileri. *Akademik Bilişim*, 2(4), 1-7.

Brown, C., & Czerniewicz, L. (2010). Debunking the ‘digital native’: beyond digital apartheid, towards digital democracy. *Journal of Computer Assisted Learning*, 26(5), 357-369.

Chen, H. (2010). *Advertising and generational identity: A theoretical model*. Paper presented at the American Academy of Advertising. Conference. Proceedings (Online).

Çalık, M., & Sözbilir, M. (2014). İçerik analizinin parametreleri. *Eğitim ve Bilim*, 39(174), 33-38.

Çetin, C., & Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(28), 157-197.

Erden Ayhün, S. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 93-112.

Fettahlıoğlu, H. S., & Sünbül, M. B. (2015). Tüketici etnosentrizmi ve tüketici husumetinin X, Y, Z kuşakları açısından incelenmesi. *International Journal of Academic Values Studies*, (1), 26-45.

Fisher, K., & Newton, C. (2014). Transforming the twenty-first-century campus to enhance the net-generation student learning experience: using evidence-based design to determine what works and why in virtual/physical teaching spaces. *Higher Education Research & Development*, 33(5), 903-920.

Giunta, C. (2017). An emerging awareness of generation Z students for higher education professors. *Archives of Business Research*, 5(4), 90-104.

Hajhashemi, K., Caltabiano, N., & Anderson, N. (2017). Net-Geners' perceptions of engagement through online videos. *Journal of Computers in Education*, 4(3), 321-337.

Hutagalung, I. (2016). Selective exposure and consumer behavior-interpretative phenomenological analysis in consumer behavior of z generation adolescent on the ad information of smartphone selection. *International Journal of Organizational Innovation (Online)*, 9(2), 85-85.

Jaleniauskiene, E., & Juceviciene, P. (2015). Reconsidering university educational environment for the learners of generation Z. *Social Sciences*, 88(2), 38-53.

Jones, C., Ramanau, R., Cross, S., & Healing, G. (2010). Net generation or digital natives: Is there a distinct new generation entering university? *Computers & education*, 54(3), 722-732.

Kavalcı, K., & Ünal, S. (2016). Y ve Z kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 1033-1050.

Kennedy, G., Dalgarno, B., Bennett, S., Judd, T., Gray, K., & Chang, R. (2008). Immigrants and natives: investigating differences between staff and students' use of technology. In *Hello! Where are you in the landscape of educational technology? Proceedings ascilite Melbourne 2008* (pp. 484-492), Melbourne, Australia.

Kennedy, G. E., Judd, T. S., Churchward, A., Gray, K., & Krause, K.-L. (2008). First year students' experiences with technology: Are they really digital natives? *Australasian Journal of Educational Technology*, 24(1), 108-122.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(5), 1-6.

Quinn, S., & Oldmeadow, J. A. (2013). Is the igeneration a 'we' generation? Social networking use among 9-to 13-year-olds and belonging. *British Journal of Developmental Psychology*, 31(1), 136-142.

Sarıtaş, E., & Barutçu, S. Tüketici davranışlarının analizinde kuşaklar: sosyal medya kullanımı üzerinde bir araştırma. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 3(2), 1-15.

Somyürek, S. (2014). Öğretim sürecinde z kuşağının dikkatini çekme: artırılmış gerçeklik. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 4(1), 63-80.

Taş, H. Y., Demirdöğmez, M., & Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.

Thomas, M. R., Kavya, V., & Monica, M. (2018). Online website cues influencing the purchase intention of generation z mediated by trust. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 9(1), 13-23.

Thompson, P. (2013). The digital natives as learners: Technology use patterns and approaches to learning. *Computers & Education*, 65, 12-33.

Toruntay, H. (2011). *Takım rolleri çalışması: x ve y kuşığı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tuncer, A. İ., & Tuncer, M. U. (2016). Eğlence reklamlarının viral uygulamaları ve z kuşığı üzerinden bir değerlendirme. *Eğlence Endüstrisi*, 1(1), 210-229.

Yelkikalan, N., Akatay, A., & Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni nesil girişimci profili: İnternet girişimciliği ve Y, M, Z kuşığı girişimci. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 489-506.