



2024, 13 (2), 644-660 | Araştırma Makalesi

Mutluluk Metaforları: X, Y ve Z Kuşaklararası Karşılaştırma Çalışması

Hamide YILDIZ¹

Sezen GÜLEÇ²

Öz

Mutluluk, tarih boyunca bireylerin ulaşmayı istedikleri en önemli yaşam hedeflerinden biri olarak görülmüştür. Bu nedenle mutluluk, akademik çalışmalara konu olma bağlamında her dönemde popülerliğini korumaktadır. Bu araştırma, mutluluk kavramına ilişkin kuşaklar arası metaforik algıları keşfetmeyi ve karşılaştırmayı amaçlayan, olgu bilim (fenomenoloji) deseniyle tasarlanan nitel bir çalışmadır. Araştırmaya X kuşağında yer alan 40, Y kuşağında yer alan 39 ve Z kuşağında yer alan 40 olmak üzere toplam 119 birey katılmıştır. Veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen, demografik bilgilerin (cinsiyet ve yaş) ve mutluluk kavramına yönelik algının ortaya çıkarılması amacıyla "Mutluluk.....gibidir, çünkü....." cümlesinin yer aldığı bir form kullanılmıştır. Formda ayrıca bilgilendirilmiş onam formu ve ilgili cümlelerin nasıl doldurulacağını örnekleyen bir ifade bulunmaktadır. Toplanmasının ardından veriler betimsel analiz ve içerik analizi yöntemleri kullanılarak analiz edilmiştir. Oluşturulan metaforlar benzerlik ve ortak özelliklerine göre gruplanmış, grubu temsil edecek isimlerle kategoriler oluşturulmuştur. Elde edilen metaforlara göre oluşturulan kategoriler "somut kavram olarak mutluluk", "soyut kavram olarak mutluluk" ve "eylem olarak mutluluk" şeklindedir. Üç kategori altında, ait oldukları kuşaklar ve cinsiyetler göz önüne alınarak kodlanan katılımcıların hangi metaforları belirttiğine yer verilmiştir. Sık belirtilen başlıca metaforlara ilişkin katılımcıların gerekçeleri sunulmuştur. En fazla metafor üretilen kategoriler sırasıyla somut kavram olarak mutluluk, soyut kavram olarak mutluluk ve eylem olarak mutluluk şeklindedir. Somut kavram olarak mutluluk kategorisinde X, Y ve Z kuşakları sayısal olarak dengeli biçimde metafor üretmiştir; soyut kavram olarak mutluluk kategorisinde Y ve Z kuşakları öne çıkarken, eylem olarak mutluluk kategorisinde Z kuşağının öne çıktığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Mutluluk, Metafor, X-Y-Z kuşağı, Nitel araştırma, Fenomenoloji.

Yıldız, H., & Güleç, S. (2024). Mutluluk Metaforları: X, Y ve Z Kuşaklararası Karşılaştırma Çalışması. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 13(2), 644-660. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1387711>

Geliş Tarihi	08.11.2023
Kabul Tarihi	23.05.2024
Yayın Tarihi	30.06.2024
*Bu CC BY-NC lisansı altında açık erişimli bir makaledir.	

1 Uzman Psikolojik Danışman, Milli Eğitim Bakanlığı, Samsun, Türkiye, hyatar@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3864-7454

2 Dr. Öğr. Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, Uygulamalı Psikoloji Ana Bilim Dalı, Sivas, Türkiye, sezengulec@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4045-1650



Metaphors of Happiness: X, Y, and Z Intergenerational Comparative Study

Hamide YILDIZ ¹

Sezen GÜLEÇ ²

Abstract

Throughout history, happiness is as one of the most important life goals that individuals want to achieve. For this reason, happiness maintains its popularity in every period in being the subject of academic studies. This research is a qualitative study designed in phenomenology that aims to explore and compare intergenerational metaphorical perceptions of the concept of happiness. 119 individuals, 40 in Generation X, 39 in Generation Y and 40 in Generation Z, took part in the study. As a data collection tool, in order to reveal demographic information (gender and age) and perception of the concept of happiness, "Happiness is like....., because....." We use a form with the sentence. The form also includes an informed consent form and a statement that exemplifies how to fill out the relevant sentence. We analyzed the data using descriptive analysis and content analysis methods. We grouped the metaphors we created according to their similarities and common characteristics and created categories with names to represent the group. The categories we created according to the metaphors are "happiness as a concrete concept", "happiness as an abstract concept" and "happiness as an action". Under the three categories, we coded the metaphors of the participants, taking into account the generations and genders of the participants. We presented the justifications for the main metaphors that the participants frequently mentioned. The categories with the highest number of metaphors were happiness as a concrete concept, happiness as an abstract concept and happiness as an action. While Generations X, Y and Z produced metaphors in a numerically balanced manner in the category of happiness as a concrete concept, Generations Y and Z came to the fore in the category of happiness as an abstract concept, and Generation Z came to the fore in the category of happiness as an action.

Keywords: Happiness, Metaphor, X-Y-Z generation, Qualitative study, Phenomenology.

Yıldız, H., & Güleç, S. (2024). Metaphors of Happiness: X, Y, and Z Intergenerational Comparative Study, *Journal of the Human and Social Science Researches*, 13(2), 644-660. <https://doi.org/10.15869/itobiad.1387711>

Date of Submission	08.11.2023
Date of Acceptance	23.05.2024
Date of Publication	30.06.2024
*This is an open access article under the CC BY-NC license.	

¹ Specialist Psychological Counselor, Ministry of National Education, Samsun, Türkiye, hyatar@gmail.com, ORCID: 0000-0002-3864-7454

² Assist. Prof., Sivas Cumhuriyet University, Faculty of Literature, Department of Applied Psychology, Sivas, Türkiye, sezengulec@cumhuriyet.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4045-1650

1. Giriş / Introduction

Mutluluk, olumlu öznel deneyimleri tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. Diener'in (2000, s.36) öznel iyi oluş modeli, mutluluğun en yaygın kabul gören tanımlarından birine kaynaklık etmektedir. Modele göre mutluluk, iki ayrı boyut olarak görülen olumlu ve olumsuz duygular ve kişinin yaşamının bilişsel değerlendirmesi (yani yaşam doyumu) olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır. Bu üç bileşenin birleşimi, genel mutluluk algısına ilişkin bütünsel bir bakış açısı yaratmaktadır (Diener vd., 2003, s. 191; Pavot ve Diener, 1993, s. 165). Mutluluğu tanımlamaya yönelik başka bir girişim olan Lyubomirsky ve Lepper'in (1999, s. 148) yaklaşımı, olumlu ve olumsuz duygulanımı ayrı ayrı değerlendirmek yerine bireyin ne ölçüde mutlu bir insan olduğuna dair genel bir değerlendirme yapmasına olanak sağlamaya çalışır. Böylece, mutluluğun yaşam deneyimlerinden ayrı, nispeten istikrarlı bir özelliği tanımlanmıştır. Mutluluğun daha yeni bir kavramsallaştırması Seligman'ın (2002, s. 102) üç bileşenden oluşan tanımı olmuştur: pozitif duyguları deneyimlemek (keyifli yaşam), yaşam aktiviteleriyle meşgul olmak (meşgul yaşam) ve bir amaç veya anlam duygusu bulmak (anamlı yaşam). Seligman'a (2002, s. 251) göre en fazla tatmin yaşayan insanlar mutluluğa giden bu üç yolu takip etmektedir; ancak anlam duygusu diğerler yollardan daha büyük bir etkiye sahiptir (Seligman vd., 2005, s. 411). Diener'in (2000, s. 36) mutluluk kavramsallaştırmasına benzer şekilde Seligman da olumlu duyguyu kişinin mutluluk algısında önemli bir bileşen olarak tanımlamıştır. Ancak Diener'den farklı olarak Seligman olumsuz duygulanımın rolünü ele almamıştır.

Yapılan araştırmalar (Choi ve Moon 2011, s. 277; Kim vd., 2008, s. 10) hangi faktörlerin mutlulukla ilişkili olduğunu ve bunlar arasındaki ilişkilerin nasıl olduğunu keşfetmeye çalışmıştır. Bu çalışmalarda kullanılan bazı faktörler yaşam standartları, ekonomik koşullar, iş fırsatları ve iş fırsatlarının çeşitliliğidir. Choi ve Moon (2011, s. 290), mutluluğu etkileyen faktörleri analiz ederken, bir ülkede kişi başına düşen geliri de bu faktörlere dahil etmekte ve bu durumun mutluluğu olumlu veya olumsuz etkileyebileceğini öne sürmektedir. Ayrıca, sosyal politika faktörleri, hangi faktörlerin mutlulukla bağlantılı olduğunun analiz edilmesi ve bunlar arasındaki ilişkilerin belirlenmesi açısından çok önemli olarak algılanmaktadır. Sosyal politika faktörleri, insan refahına katkıda bulunan yaşam koşullarını etkileyen yönergeler, ilkeler, mevzuat ve faaliyetler olarak tanımlanabilir (Shin ve Shaw, 2003, s. 329). Mutluluk üzerine yapılan çalışmalar (Helliwell 2006, s. 34) mutluluğun nedenleri ve ilişkili faktörler hakkında birçok farklı görüş üretmiş olsa da çoğu insanın uzun vadeli mutluluğunu önemli ölçüde artıracak belirli bir yöntem bulunamamıştır. Bununla birlikte mutluluğu açıklamak ve artırmak üzere nesnel, öznel ve bütünlük olmak üzere üç yaklaşım benimsendiği (Lee vd., 2005, s. 78) görülmektedir. Nesnel yaklaşım mutluluğu değerlendirmek için ekonomik yaşam standartları, yaşam beklentisi, iş fırsatları, iş seçimi çeşitliliği, eğitim fırsatları ve eğitim koşulları, suç oranları, kaza oranları, kültürel olanaklar, tıbbi bakım vb. sosyal göstergeleri kullanma eğilimindedir. İkinci yaklaşım ise öznel ve psikolojik yaklaşımdır (Lee vd., 2005, s. 79). Bu yaklaşım mutluluğun öznel yargısına dayanmaktadır. Burada önemli olan, her insanın mutluluğu nesnel olarak kurgulanmış kriterlerle değil, kendi kişisel kriterleriyle ölçmesidir. Üçüncü yaklaşım ilk iki yaklaşımı birleştirmektedir (Lim, 1996, s. 11). Bu bütünlük yaklaşım, mutluluğun nesnel koşullarının bireysel algıya dayalı öznel yargı tarafından belirlenebileceği varsayımıyla, bireylerin mutlu olup olmadığına karar vermek için öznel ve nesnel

yaklaşımları birleştirmeye çalışmaktadır. Burada nesnel koşullar, her bireyin yaşam koşullarını etkileyen niceliksel belirleyiciler anlamına gelirken; öznel koşullar, bireyin mutluluk ve istikrar duyguları, başarı algıları, psikolojik durumu gibi her bireyin hissettiği ve yargıladığı niteliksel belirleyiciler anlamına gelmektedir (Guerini ve Nuvolati, 2016, s. 415). Bireylerin içinde buldukları sosyal koşullar ve bunları yorumlama biçimleri, içinde buldukları tarihsel dönemden etkilenmektedir. Sosyal, ekonomik ve teknolojik bazı gelişmeler, aynı zamanda siyasi değişimler toplumları etkileyerek, insanların değer yargılarında, fikirlerinde ve yaşam biçimlerinde değişimler meydana getirmektedir. Bu değişimlerle birlikte, farklılaşan dinamiklerle büyüyen insanların yaşadığı zaman dilimleri kuşak aralıklarını oluşturmaktadır (Mücevher ve Erdem, 2018, s. 61). Kuşak kavramından bahsedilebilmesi için döneme ait sosyal ve tarihi koşulların benzer etkilerde bulunduğu ve benzer değer yargıları oluşturduğu bireylerden söz edilmesi gerekmektedir (Toruntay, 2011, s. 64). Kuşakların her biri, bulunulan tarihsel dönemin güçlüklerini, mutluluklarını, yaşam biçimini ve sosyal alışkanlıklarını bünyesinde taşımaktadır (Alay ve Bağdoğan, 2023, s. 130).

X Kuşağı, 1965-1980 yılları arasında doğup büyümüş insanları ifade etmektedir. Bu kuşakta yer alan bireyler 68 Kuşağı'nın etkisini hissetmiş ve ülke tarihinin en önemli olaylarından biri olan 1980 askeri darbesini yaşamıştır. Bu durumların tarihsel ve sosyal temellere etkisinden dolayı "Geçiş Dönemi Kuşağı", yaşanan ağır siyasi olaylardan dolayı ise X kuşağı "Kayıp Kuşak" olarak adlandırılmaktadır (Şalap, 2016, s. 33). 1977'de petrol krizi nedeniyle karşı karşıya kalınan ekonomik zorluklar, Kıbrıs meselesi ve siyasi görüşlerin kutuplaşması gibi nedenlerle Türkiye'de sosyal yaşam olumsuz etkilenmiştir. Özellikle sokak çatışmaları, boykotlar ve sıkıyönetim tedbirleri toplumsal yaşamda ciddi gerginliklere yol açmıştır. X kuşağının belirgin özellikleri incelendiğinde, iş ve aile düzenine önem vermeleri, daha çok çalışarak ideal yaşam koşullarına ulaşacakları fikrinin egemen olması ve daha fazla para kazanmaya odaklı olmaları dikkati çekicidir. X kuşağı, ekonomik ve siyasi zorluklara başa çıkmak zorunda kalmış bir grup olarak geleceğini garanti altına almak için tasarrufa önem vermektedir ve rekabetçi bir yapıya sahiptir. Kendilerini fazlaca strese yönelten işlerden uzak durmayı tercih etmekte, dünya koşullarına uyum sağlamak için önemli bir çaba göstermektedirler. Zaman zaman bu çabadan kaynaklı olarak dışlanmış hisseden bir grup olarak X kuşağı, iş yaşamında güvenlik ve maaş gibi faktörleri fazlaca önemsemektedir (Adıgüzel vd., 2014, s. 173). X kuşağı genel olarak kanaatkâr, iş ve çalışma motivasyonu yüksek, duruma göre sadakati değişen, teknoloji ile çok ilgilenmeyen bir grup olarak görülmektedir (Aydın ve Başol, 2014, s. 3).

Y Kuşağı, 1981 ile 1999 yılları arasında doğan bireyleri ifade etmektedir. Y kuşağının doğduğu ve büyüdüğü yıllarda öne çıkan tüketim yönelimi ile bu bireylerde ürünlere sahip olma isteği, sahip olunamayan durumlarda kendini eksik ve güçsüz hissetme eğilimi görülmektedir (Şalap, 2016, s. 43). Y kuşağında çalışma yaşamında bazı değişim ve dönüşümler gerçekleşmiştir. İşte uzmanlaşma ve kadınların ev idare etme rolünden çıkmaları, en önemli değişimlerden biri olarak düşünülebilir (Taş ve Kaçar, 2019, s. 650). Y kuşağı genel olarak daha eğitilmiş, aynı anda birden çok işi yapabilme potansiyeli olan ve teknolojiyle daha yakın ilişki içinde olan bir grup olarak değerlendirilebilir (Gürbüz, 2015, s. 43).

Z Kuşağı, 2000 ve sonrasında doğan bireylerdir. Z kuşağındaki bireylerin, teknolojinin görece çok ilerlediği bir dönemde doğup büyümüş olmaları, teknolojinin ve bilginin çok

daha ulaşılabilir olduğu bir dönemde yaşamaları gibi nedenlerle insanlık tarihinde en fazla eğitim alan grup oldukları ileri sürülmektedir (Taş vd., 2017, s. 1035). Z kuşağında yer alan bireylerin en belirgin yapıları teknolojinin içine doğmaları ve mevcut duruma hiç zorlanmadan uyum sağlayabilmeleri ve teknoloji olmadan bir yaşam düşünmeyecek olmalarıdır (Altunbay ve Bıçak, 2018, s. 132). Sunulan bu bilgilerden hareketle, farklı sosyal ve ekonomik koşullarda büyüyen ve yaşamını sürdüren X, Y ve Z kuşağındaki bireylerin mutluluk algılarının da farklılaşacağı düşünülmektedir. Daha önce Akduman (2020, s. 274) tarafından mutluluk düzeyleri X, Y ve Z kuşakları arasında nicel bir araştırma ile karşılaştırılmıştır. Ancak kuşaklar arası mutluluğun anlamlandırılması üzerine yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Evrensel bir arayış olan mutluluğun (Rego ve Canho, 2008, s.740), belirli zaman dilimlerinde yaşayan bireylerce nasıl algılandığını ve zamana göre nasıl dönüştüğünü keşfetmenin, mutluluğa giden yolu belirleme açısından alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda, çalışmada X, Y ve Z kuşaklarında yer alan bireylerin mutluluğa yönelik metaforik algıları karşılaştırılmıştır. Araştırmanın problem cümleleri şöyledir:

1. X, Y, Z kuşaklarının 'Mutluluk' kavramına ilişkin algılarını temsil eden metaforlar nelerdir?
2. Belirtilen metaforlar benzerlikleri açısından hangi kategoriler altında gruplanabilir?
3. Oluşturulan kategoriler tercih edilme sıklığı bakımından X, Y, Z kuşakları arasında farklılaşmakta mıdır?

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma, nitel araştırma desenlerinden biri olan olgu bilim (fenomenoloji) kapsamında yürütülmüştür. Olgu bilim deseni, fark edilen ancak detaylı bir anlayışa sahip olunamayan olguları incelemektedir (Çapar ve Ceylan, 2022, s. 300). Sözü edilen olgularla daha önce karşılaşmış olunması, o olguya ilişkin detaylı olarak bilgi sahibi olduğu anlamına gelmemektedir. Araştırma kapsamında, daha ayrıntılı bir bakış açısına sahip olunması amaçlanan 'Mutluluk' olgusuna ilişkin X, Y ve Z kuşaklarının algıları karşılaştırılmıştır. Kuşakların mutluluk algılarını, metafor aracılığıyla açıklamaları istenmiştir.

2.2. Çalışma Grubu

Araştırma X, Y ve Z kuşakları içerisinde yer alan farklı yaşlardaki bireylerle yapılmıştır. Katılımcılara ilişkin bilgiler Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların kuşaklara ve cinsiyete göre dağılımı

Kuşak	Kadın (N)	Erkek (N)	Toplam
X Kuşağı	19	21	40
Y Kuşağı	20	19	39
Z Kuşağı	29	11	40
Toplam	68	51	119

2.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada X, Y ve Z kuşağından katılımcıların “Mutluluk” kavramına ilişkin algıları metaforlar aracılığıyla incelenmiştir. Veri toplama aracı, metaforik algı araştırmaları incelenerek oluşturulmuştur. İncelemeler doğrultusunda ‘Mutluluk’ kavramına ilişkin algının keşfedilmesine yönelik olarak katılımcılara “Mutluluk.....gibidir, çünkü.....” ifadesinin yazılı olduğu bir veri toplama aracı verilmiş ve katılımcılardan cümledeki boşlukları tamamlamaları istenmiştir. Ek olarak katılımcılara mutluluk kavramına ilişkin metaforik tanımlamada bulunurken bir metafor kullanmaları ve çünkü kelimesinden sonraki ifadelerinin kullandıkları metaforun gerekçesi niteliğinde olması gerektiği, yazılı ve sözlü olarak hatırlatılmıştır. Veri toplama aracı, katılımcılara yüz yüze Google Formlar aracılığıyla çevrimiçi olarak uygulanmıştır. Yüz yüze uygulamalarda katılımcılara ‘Mutluluk’ kavramına ilişkin metaforik algılarını belirtmeleri için yaklaşık 10 dakika süre tanınmıştır. Uygulanan formlarda ayrıca katılımcıların cinsiyet ve doğum yıllarını belirtmeleri istenmiştir.

Bu araştırma için Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Etik Kurulu tarafından 30.04.2023 tarihli ve 290449 sayılı karar ile etik onay verilmiştir. Bu doğrultuda çalışma, bilimsel etik kurallara uygun olarak yürütülmüştür.

2.4.Verilerin Analizi

Araştırmada toplanan veriler içerik analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Metaforların analizi ve yorumlanması, içerik analizi yönteminde Saban vd. (2008, s. 464) tarafından önerilen değerlendirme süreci dikkate alınarak beş adımda yapılmıştır. Bu adımlar aşağıda belirtilmiştir.

- 1. Adlandırma ve Eleme Aşaması:** Öncelikle değerlendirmeye alınan formlara tek tek numara verilmiştir. Numara verilen formlar Excel programında kaydedilmiştir (Örneğin; XErkek1, YKadın1, ZKadın1 şeklinde veri toplama araçlarına numara verilmiştir). Bu aşamada belli bir metafor içermeyen X kuşağı katılımcılara ait verilerden 7 form, Y kuşağından 3 ve Z kuşağından 5 form değerlendirme dışı bırakılmıştır.
- 2. Tasnif Etme Aşaması:** Yazılan metaforlar tek tek okunup incelenmiştir. İçerik analizi yöntemi kullanılarak her metaforun diğer metaforlarla benzerlikleri ve ortak yönleri değerlendirilmiştir. Araştırmada toplam 119 katılımcı, 54 metafor oluşturmuştur.
- 3. Kategori Geliştirme Aşaması:** Elde edilen metaforlar, değerlendirilen ortak özellikleri incelenerek oluşturulan kategoriler altında gruplanmıştır. Daha sonra kategoriler yeniden tasnif edilmiş ve ortak temalar çerçevesinde derlenmiştir. Sonuç olarak ‘Mutluluk’ kavramına ilişkin metaforlardan *soyut kavram olarak mutluluk, somut kavram olarak mutluluk ve eylem olarak mutluluk* olmak üzere 3 kategori geliştirilmiştir.
- 4. Geçerlik ve Güvenirlik Sağlama:** Araştırmada, betimsel geçerlik analiz yapılmıştır. Betimsel geçerlik, araştırmacının düşüncesinden bağımsız olarak ve anlama müdahale etmeden konuyu gerçekçi olarak ortaya koyabilmeyi ifade etmektedir. Araştırma kapsamında betimsel geçerliği sağlamak üzere, katılımcılar tarafından oluşturulan metaforlara müdahale edilmemiş ve

oluşturulan metaforlara gerekçe olarak sunulan katılımcı açıklamalarından doğrudan alıntılara yer verilmiştir. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak üzere, elde edilen metaforlardan oluşturulan kategorilerin metaforları temsil edip etmediğini değerlendirmek amacıyla uzman görüşüne başvurulmuştur. Uzman olarak, Psikolojik Danışma ve Rehberlik Ana Bilim Dalı'nda görev yapan bir öğretim üyesinin görüşleri alınmıştır. Alınan görüşler ile karşılaştırma yapılmış, Miles ve Huberman'ın formülü (Güvenirlik = görüş birliği / (görüş birliği + görüş ayrılığı) doğrultusunda görüş birliği ve görüş ayrılığı sayılarına göre araştırmanın güvenilirliği hesaplanmıştır. İncelenen benzer araştırmalar (Saban, 2008; s.467; 2009, s.287), güvenilirliğin sağlanması için uzman ve araştırmacı görüşleri uyumunun %90 ve üzeri olmasını önermektedir. Bu araştırmada araştırmacılar ile başvuru alan uzmanın görüşleri arasında %94 uzlaşma (güvenirlik) olduğu saptanmıştır. Uzman, verilen metafor listesinden 51'inde görüş birliği, 3'ünde görüş ayrılığı rapor etmiştir. Mevcut durumda formül hesaplanarak $(0.94=51/(51+3))$ çalışmanın güvenilir olduğu sonucuna varılmıştır.

5. Nicel Veri Analizi için Verilerin Düzenlenmesi: Metaforların oluşturulması ve kategoriler altında toplanmasının ardından metaforlara ilişkin frekans (f) ve yüzde (%) değerleri hesaplanmıştır.

3. Bulgular

3.1. Kavramsal Kategorilere Göre Bulgular

Mutluluğa ilişkin somut kavram olarak mutluluk kategorisinde yer alan metaforlar Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Somut kavram olarak mutluluk kategorisinde yer alan metaforlar

Kuşak ve Cinsiyete göre katılımcı kodları			Somut kavram olarak mutluluk	Metaforik algıyı temsil eden öğrenci sayısı	
X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı		f	%
X2Kadın			Deniz	1	2
X3Erkek			Karınca	1	2
X4Erkek, X36Kadın	Y10Kadın, Y32Kadın	Z5Kadın, Z12Kadın, Z37Kadın	Güneş	7	11
X5Kadın, X27Erkek, X31Kadın	Y28Erkek		Kelebek	4	6
X7Kadın			Oksijen	1	2
X8Kadın	Y27Kadın	Z39Kadın	Su	3	5
X10Kadın	Y17Erkek		Yunus balığı	2	3
X11Kadın			At	1	2
X12Kadın	Y4Kadın, Y13Erkek	Z3Kadın	Kedi	4	6
X13Erkek		Z9Erkek	Aslan	2	3

X15Erkek	Y6Erkek, Y20Erkek	Z11Kadın, Z25Kadın, Z29Kadın, Z32Erkek, Z31Kadın, Z33Erkek	Para	9	14
X16Erkek			Mavi	1	2
X17Erkek, X34Erkek	Y7Erkek, Y8Erkek, Y11Erkek		Ağaç	5	8
X18Kadın, X19Erkek, X26Kadın		Z17Kadın, Z20Kadın	Hayvan	5	8
X21Kadın, X25Kadın	Y30Erkek	Z13Kadın, Z40Kadın	Çikolata	5	8
X23Erkek, X33Erkek, X40Erkek, X30Erkek	Y12Kadın, Y5Erkek	Z16Erkek	Kuşlar	7	11
X24Kadın, X28Erkek, X37Kadın, X1Erkek, X6Kadın, X14Erkek, X22Kadın, X20Erkek	Y18Kadın, Y19Kadın, Y21Kadın, Y22Kadın, Y2Kadın, Y3Kadın, Y15Kadın, Y33Kadın	Z7Kadın, Z28Kadın, Z35Kadın, Z36Kadın, Z1Erkek	Çiçek	21	32
X32Erkek	Y31Kadın		Çocuk	2	3
X35Erkek			Gökkuşluğu	1	2
X38Kadın			Kahve	1	2
X39Erkek			Nergis	1	2
	Y1Kadın		Battaniye	1	2
	Y8Erkek, Y10Kadın, Y15Kadın, Y21Kadın, Y26Erkek, Y27Kadın, Y29Kadın, Y40Erkek	Z2Kadın, Z36Kadın, Z37Kadın	Aile	11	17
	Y9Erkek	Z6Kadın	Müzik	2	3
	Y14Erkek		Traktör	1	2
	Y25Kadın		Bukalemun	1	2
	Y34Erkek		Kaplumbağa	1	2
	Y35Erkek	Z38Kadın	Bulut	2	3
	Y39Erkek		Çilek	1	2
		Z4Erkek	Ev	1	2
		Z8Erkek	Soba	1	2
		Z15Kadın	Işık	1	2
		Z22Kadın, Z36Kadın	Kitap	2	3
		Z23Kadın	Ayna	1	2
		Z24Kadın	Kalem	1	2
		Z26Erkek	Telefon	1	2
		Z33Erkek,	Arkadaş	3	5

Z26Erkek,
Z36Kadın

Tablo 2 incelendiğinde, somut kavram olarak mutluluk kategorisini 37 metaforun temsil ettiği görülmektedir. Kuşaklar arası dağılım incelendiğinde X, Y ve Z kuşağında yer alan katılımcıların somut kavramlar kategorisindeki metafor seçimlerinin de benzer oranda olduğu söylenebilir ($X_n=38$, $Y_n=39$, $Z_n=38$). Kategoride çiçek ($n=21$), aile ($n=11$) ve para ($n=9$) metaforları öne çıkmaktadır. Çiçek metaforunu kullanan katılımcıların 8'i X kuşağı, 8'i Y kuşağı ve 5'i Z kuşağından oluşmaktadır. Ayrıca çiçek metaforunu kullanan 21 katılımcının 16'sı kadın, 5'i erkektir. Bu metaforu kullanan katılımcıların ifadeleri "...çünkü etrafına güzellik saçar (X14Erkek)."; "...çünkü en taş kalpli insana verilse bile onda olumlu bir etki yaratır (X6Kadın)."; "...çünkü çiçek açar, büyür ve çoğalır (Y15Kadın)."; "...çünkü kokusu aşırı haz verir (Y33Kadın)."; "...çünkü çiçekler de mutluluk gibi hayata anlam veren güzelliklerdir (Z1Erkek)."; "...çünkü çiçek de mutluluk gibi sevgini hissettirdiğinde büyür ve güzelleşir, ama sevgini kestiğinde solup gider (Z35Kadın)." şeklindedir.

Aile metaforunu kullananların 8'i Y kuşağı ve 3'ü Z kuşağıdır. Aile metaforunu kullanan X kuşağından bir katılımcı bulunmamaktadır. Bu metaforu kullanan 11 katılımcının 8'i kadın, 3'ü erkektir. Aile metaforunu kullanan katılımcıların ifadeleri "...çünkü aile birlik, beraberlik ve yaşamı öğrenmek demektir (Y8Erkek)."; "...çünkü elimi tutan en güzel el, gözüme bakan en güzel göz aileme ait (Y21Kadın)."; "...çünkü kendimi boşlukta hissettiğimde aileme tutunurum (Z2Kadın)."; "...çünkü ailem varsa hayat yaşanılır bir yer olur (Z37)." şeklindedir.

Para metaforunu kullanan katılımcıların 1'i X kuşağında, 2'si Y kuşağında ve 6'sı Z kuşağında yer almaktadır. Para metaforunu kullanan 9 katılımcının 5'i erkek 4'ü kadındır. Bu metaforu kullanan katılımcıların ifadeleri "...çünkü mutluluk da para gibi hızlı tükeniyor (X15Erkek)."; "...çünkü her şey para (Y20Erkek)."; "...çünkü para olmadan hayat imkânsız (Y6Erkek)."; "...çünkü para mutluluğun kaynağıdır (Z32Erkek)."; "...çünkü para olmadan mutluluk olmaz (Z25Kadın)."; "...çünkü para her şeyi çözer (Z29Kadın)." şeklindedir. Soyut kavram olarak mutluluk kategorisinde yer alan metaforlar Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Soyut kavram olarak mutluluk kategorisinde yer alan metaforlar

Kuşak ve Cinsiyete göre katılımcı kodları			Soyut kavram olarak mutluluk	Metaforik algıyı temsil eden öğrenci sayısı	
X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı		f	%
X11Kadın	Y5Erkek		Güç	2	3
	Y3Kadın, Y23Erkek		Sadakat	2	3
	Y4Kadın, Y8Erkek, Y10Kadın, Y1Kadın	Z1Erkek, Z22Kadın, Z34Kadın	Huzur	7	11
	Y22Kadın, Y38Kadın	Z35Kadın, Z38Kadın	Sevgi	4	6
X35Erkek, X15Erkek	Y23Erkek	Z18Kadın	Şükür	4	6
X5Kadın,	Y34Erkek,	Z32Erkek	Sağlık	5	8

X21Kadın	Y37Kadın			
X1Erkek		Çaba	1	2
X2Kadın	Z35Kadın	Kıymet bilmek	2	3
	Z2Kadın	Zevk	1	2
	Z14Erkek	Zaman	1	2
	Z21Erkek	Güven	1	2

Tablo 3'e göre mutluluğa ilişkin metaforların soyut kavram olarak mutluluk kategorisini 11 metafor temsil etmektedir. Kuşaklar arası dağılım incelendiğinde Y ve Z kuşağında yer alan katılımcıların daha fazla soyut metafor seçme eğiliminde olduğu görülmektedir (Xn=7, Yn=12, Zn=11). Bu kategoride huzur (n=7), sağlık (n=5), sevgi (n=4) ve şükür (n=4) metaforları öne çıkmaktadır. Huzur metaforunu kullananların 3'ü Y kuşağındaki, 2'si Z kuşağındaki katılımcılardan oluşmaktadır. X kuşağından huzur metaforunu tercih eden bir katılımcı bulunmamaktadır. Bu metaforu tercih eden katılımcıların 2'si erkek, 5'i kadındır. Katılımcıların metafora ilişkin gerekçeleri şöyledir: "...çünkü sadece iç dünyamız huzurlu olursa mutlu olabiliriz (Y4Kadın)."; "...çünkü huzurun olduğu yerlerde mutlu olabiliyorum (Y8Erkek)."; "...çünkü huzurlu olmak hayatı sevdiren (Z1Erkek)."; "...çünkü mutluluk huzurlu yaşamaktır ve huzur tüm güzel şeyleri kapsar (Z22Kadın)."

Sağlık metaforunu kullanan katılımcıların 2'si X kuşağı, 2'si Y kuşağı ve 1'i Z kuşağında bulunmaktadır. Metaforu kullanan katılımcıların 3'ü kadın 2'si erkektir. Katılımcıların metaforları tercih etme nedenlerine ilişkin ifadeleri şöyledir: "...çünkü sağlık hayattaki en önemli şeydir, sağlık olmadan mutluluk olmaz (X5Kadın)."; "...çünkü hayatı anlamlı kılan sağlıktır (Y37Kadın)."; "...çünkü sağlık her işin başıdır (Y34Erkek)."; "...çünkü insan sağlıklıysa her şeyin üstesinden gelir (Z32Erkek)."

Sevgi metaforunu seçen katılımcıların 2'si Y kuşağı, 2'si Z kuşağında yer almaktadır. X kuşağında sevgi metaforunu seçen bir katılımcı bulunmamaktadır. Metaforunu seçen tüm katılımcılar kadındır. Katılımcıların metaforu seçme gerekçeleri şu şekildedir: "...çünkü insanlar sevgi görmeden asla mutlu olamaz (Y22Kadın)."; "...çünkü sevdiğim hayat yaşamaya değerdir (Z35Kadın)."

Şükür metaforunu tercih eden katılımcıların 2'si X, 1'i Y ve 1'i Z kuşağında bulunmaktadır. Katılımcıların 3'ü erkek, 1'i kadındır. Katılımcıların şükür metaforuna ilişkin açıklamaları "...çünkü elimizdekilerin kıymetini bilmezsek mutlu olamayız (X35Erkek)." Eylem olarak mutluluk kategorisinde yer alan metaforlar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Eylem olarak mutluluk kategorisinde yer alan metaforlar

Kuşak ve Cinsiyete göre katılımcı kodları			Eylem olarak mutluluk	Metaforik algıyı temsil eden öğrenci sayısı	
X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı		f	%
X20Erkek, X40Erkek	Y24Erkek, Y23Erkek		Başkasını mutlu etmek	4	6
	Y36Kadın	Z30Kadın, Z27Erkek	Uyumak	3	5
X3Erkek			Doğada yürümek	1	2
		Z10Kadın	Yemek yemek	1	2
		Z13Kadın	İstedğini yapmak	1	2
		Z19Erkek, Z34Kadın	Spor yapmak	2	3

Tablo 4'e göre mutluluğa ilişkin metaforların eylem olarak mutluluk kategorisinde 6 metafor bulunmaktadır. Kuşaklar arası dağılım incelendiğinde Z kuşağında yer alan katılımcıların eylem kategorisindeki metaforları daha fazla seçme eğiliminde olduğu görülmektedir ($X_n=3$, $Y_n=2$, $Z_n=6$). Kategoride başkasını mutlu etmek ($n=4$) ve uyumak ($n=3$) metaforları öne çıkmaktadır. Başkasını mutlu etmek metaforunda X kuşağından 2 katılımcı ve Y kuşağından 2 katılımcı bulunmaktadır. Kategoride Z kuşağından katılımcı bulunmamaktadır. Kategorideki tüm katılımcılar erkektir. Metaforu tercih eden katılımcılardan birinin gerekçesi şöyledir: "...çünkü mutlu olmanın yolu başkasını mutlu etmekten geçer (X20Erkek)."

Uyumak metaforunu tercih eden katılımcıların 1'i Y kuşağında, 2'si ise Z kuşağında bulunmaktadır. X kuşağından bu metaforu tercih eden bir katılımcı bulunmamaktadır. Katılımcıların 2'si kadın 1'i erkektir. Katılımcıların metaforu seçme gerekçelerine ilişkin açıklamaları "...çünkü uykumu alamadığım günlerde mutlu olamıyorum (Y36Kadın)."; "...çünkü bence en mutlu hayvanlar pandalar, çok uyudukları için (Z30Kadın)." şeklindedir.

4. Sonuç ve Tartışma

Araştırmanın amacı X, Y ve Z kuşaklarında yer alan bireylerin Mutluluk kavramına yönelik metaforik algılarını incelemektir. Mutluluk kavramına ilişkin metaforlar analiz edildiğinde "somut kavram olarak mutluluk", "soyut kavram olarak mutluluk" ve "eylem olarak mutluluk" olmak üzere üç kategori oluşturulmuştur. Bu kategorilerin her birinde en az 6 metafor bulunmaktadır. En çok metafor üretilen kategori "somut kavram olarak mutluluk" kategorisidir. Kategorilerde tercih edilme bakımından kuşaklar arası dağılım incelendiğinde; somut kavram olarak mutluluk kategorisinde X, Y ve Z kuşakları arasında dengeli bir dağılım olduğu; soyut kavram olarak mutluluk kategorisinde Y ve Z kuşağının daha fazla bu kategorideki metaforları seçme eğiliminde olduğu; eylem olarak mutluluk kategorisinde Z kuşağının öne çıktığı görülmektedir. Y ve Z kuşağındaki bireylerin X kuşağına göre bağımsızlığa daha önem veren ve teknoloji ile büyüyen yanları (Taş vd., 2017, s. 1037), mutluluğu soyut metaforlarla algılama eğilimlerini açıklayabilir. Ayrıca, Z kuşağındaki bireyler, içinde buldukları dönemin de bir gerekliliği olarak, aynı anda birçok işi yapma kapasitesine sahip olmaları nedeniyle daha aktif olarak betimlenmektedir (Altun ve Karataş, 2021, s. 293).

Somut kavramlar kategorisinde en fazla tercih edilen metafor *çiçek*'tir. Metaforun tercih edilme gerekçeleri incelendiğinde, mutluluğun bıraktığı olumlu etkiler, haz ve yaşamın anlamı gibi kavramlara vurgu yapıldığı görülmektedir. Alan yazın incelendiğinde benzer şekilde, mutluluğun genellikle en az üç bileşeni içerdiği kabul edilir: daha fazla olumlu duygulanım, daha az olumsuz duygu ve yaşam doyumu (Diener vd., 2003, s. 191; Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000, s. 12). Üç bileşenin her biri mutluluğun önemli bir yapı taşı temsil etmektedir. İlk iki bileşen duygusal olarak kabul edilir ve mutluluğun daha duygusal veya hazcı yönlerini yansıtırken, üçüncüsü öncelikle bilişeldir ve kişinin mevcut ve geçmiş yaşam koşullarının değerlendirmelerine dayanır. Mutluluğun hazcı (hedonik) bileşenleri, artan pozitif duygu (olumlu duygulanım veya zevk olarak da adlandırılır) ve negatif duygunun azalması (olumsuz duygulanım veya hoşnutsuzluk olarak da adlandırılır) açısından tutarlı bir şekilde kavramsallaştırılmaktadır. Buna karşılık, mutluluğun bilişsel bileşeninin

kavramsallaştırılmasında, yaşam tatmini, yaşamın anlamı (Ryff, 1989, s. 1079) ve hedefe ulaşma (Sheldon ve Houser-Marko, 2001, s. 162) üzerinde durulmuştur.

Somut kavramlar kategorisinin en çok tercih edilen diğer bir metaforu da *aile*'dir. Bu metaforu tercih eden katılımcıların çoğu Y kuşağında yer almaktadır. Bir başka çalışma (Bayarçelik ve Hıdır, 2020, s. 54) benzer şekilde, hem X kuşağı hem de Y kuşağı için iş ve aile dengesinin iş doyumuna etkisinin olumlu yönde olduğunu göstermektedir. Ancak çalışmada, iş ve aile dengesinin iş doyumuna etkisinin Y kuşağındakiler için daha güçlü olduğu görülmüştür. Aile ortamında bulunan, gündüz bakım evinde duran ve huzurevlerinde hayatını sürdüren yaşlıların mutluluk, yalnızlık ve sosyal destek seviyelerinin karşılaştırılması amacıyla yapılan bir araştırmanın (Akyl vd., 2018, s. 33) sonucuna göre; evde hayatını devam ettiren yaşlılarda sosyal destek ve mutluluk düzeylerinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Kategorinin en fazla tercih edilen bir başka metaforu *para*'dır. Metaforun tercih edilme nedenleri incelendiğinde, paranın ağıladığı imkanlara vurgu yapıldığı görülmektedir. İşçi olarak çalışan çocuklar ile farklı ekonomik seviyeye (orta ve yüksek) sahip çocukların duyguların, yaşamlarını ve geleceğe yönelik beklentilerini anlamak amacıyla yapılan çalışma (Karabay ve Aydın, 2017, s. 1816) sonucunda, her iki grubun da eğlenceli faaliyetler yapmayı, rahatlık içinde olmayı mutluluk kaynağı olarak algıladıkları görülmüştür. Ek olarak, farklı ekonomik seviyeye sahip çocukların sokaktaki işçi çocuklara göre yeteneklerinin daha fazla farkında oldukları ve bunları daha fazla söyledikleri tespit edilmiştir.

Soyut kavram olarak mutluluk kategorisinde huzur, sağlık, sevgi ve şükür metaforları öne çıkmaktadır. Benzer şekilde, üniversite öğrencilerinde yaşam kalitesi, mutluluk ve genel sağlık durumu arasında pozitif yönde ilişkiler saptanmıştır (Anye vd., 2013, s. 418). Sosyodemografik özelliklerle mutluluk ilişkisini incelen bir başka çalışmaya göre (Bülbül ve Giray, 2011, s. 113), bazı katılımcılar kendilerini en mutlu eden şeyi sağlık, bazıları sevgi, bazıları ise para olarak ifade etmiştir. Sevgi metaforu bağlamında, Z kuşağında psikososyal ilişkiler ve mutluluk ilişkisini belirlemek üzere yapılan çalışmada (Mürtezaoğlu ve Çirikci, 2022, s. 483) akran ilişkileri ve sosyal onay gereksiniminin mutluluğunun temelleri olduğu sonucuna varılmıştır. Ek olarak Kır vd. (2020, s. 5) şükür ve iş yerinde mutluluk, Ayten vd., (2012, s. 45) şükür ve yaşam doyumunu ve Eserler (2022, s. 73) şükür ile mutluluk arasında anlamlı pozitif ilişkiler tespit etmiştir.

Eylem olarak mutluluk kategorisinde başkalarını mutlu etmek ve uyumak metaforlarının öne çıktığı görülmektedir. Özdemir ve Koruklu'nun (2011, s. 190) üniversite öğrencilerinde değerler ile mutluluk ilişkisini incelediği araştırma sonucunda; iyilikseverlik değerinin mutluluğu tahmin etmede güçlü bir yordayıcı olduğu bulunmuştur. Uyku ile mutluluk ilişkisini inceleyen çalışmalar (Ha ve Park, 2017, s. 359; Mushtaq vd., 2014, s. 62) ise uyku kalitesinin mutluluk ile yakından ilişkili olduğunu ortaya koymuştur.

Öneriler

Bu çalışmada mutluluk kavramına ilişkin X, Y ve Z kuşaklarının metaforik algıları keşfedilmeye ve karşılaştırılmaya çalışılmıştır. Ulaşılan örneklem sayısı, araştırma için bir sınırlılık olarak görülebilir ve kuşakların her birinden daha fazla sayıda katılımcıya ulaşılarak çalışma yinelenabilir. Kuşaklar arası algıların mutluluk dışında farklı kavramlar açısından da değerlendirilmesi ve karşılaştırılması başka bir çalışmanın

konusu olabilir. Ek olarak, mutluluk kavramına ilişkin algıların kuşak kriteri dışında bireylere özgü farklı özellikler açısından da değerlendirilmesi söz konusu olabilir. Farklı araştırma yöntemleri ile mutluluk algısının bileşenleri incelenebilir.

Değerlendirme	İki Dış Hakem / Çift Taraflı Körleme
Etik Beyan	<i>Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur.</i> *(Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayın Etiği Kurulu Başkanlığının 30.04.2023 Tarih 290449 Nolu kararı ile Etik Kurul Kararı alınmıştır.)
Benzerlik Taraması	Yapıldı – Ithenticate
Etik Bildirim	itobiad@itobiad.com
Çıkar Çatışması	Çıkar çatışması beyan edilmemiştir.
Finansman	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
Yazar Katkıları	Çalışmanın Tasarlanması: 1. Yazar (%60), 2. Yazar (%40) Veri Toplanması: 1. Yazar (%60), 2. Yazar (%40) Veri Analizi: 1. Yazar (%40), 2. Yazar (%60) Makalenin Yazımı: 1. Yazar (%40), 2. Yazar (%60) Makale Gönderimi ve Revizyonu: 1. Yazar (%20), 2. Yazar (%80)
Peer-Review	Double anonymized - Two External
Ethical Statement	<i>It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited.</i> * (Sivas Cumhuriyet University Rectorate, Social Science Institute Ethics Committee Decision was taken with the decision dated 30.04.2023, numbered 290449 of the Presidency of the Publication Ethics Committee.)
Plagiarism Checks	Yes - Ithenticate
Conflicts of Interest	The author(s) has no conflict of interest to declare.
Complaints	itobiad@itobiad.com
Grant Support	The author(s) acknowledge that they received no external funding in support of this research.
Author Contributions	Design of Study: 1. Author (%60), 2. Author (%40) Data Acquisition: 1. Author (%60), 2. Author (%40) Data Analysis: 1. Author (%40), 2. Author (%60) Writing up: 1. Author (%40), 2. Author (%60), Submission and Revision: 1. Author (%20), 2. Author (%80)

Kaynakça | References

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*, (19), 165-182. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sbe/issue/23153/247307>

Akduman, G. (2020). Mutluluk (öznel iyi oluş) kuşaktan kuşağa azalıyor mu? mutluluğun (öznel iyi oluş) kuşaklar bazında incelenmesine yönelik bir araştırma. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(23): 274-284. <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.253>

Akyıl, R. Ç., Adıbelli, D., Erdem, N., Kırış, N., Aktaş, B., & Karadakovan, A. (2018). Huzurevinde ve evde kalan yaşlılarda yalnızlık ve algılanan sosyal destek ile mutluluk düzeyleri arasındaki ilişki. *Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi*, 21(1), 33-41. (<https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunihem/issue/36782/369204>)

Alay, B., & Bağdoğan, S. Y. (2023). İş yaşamında kuşaklar ve motivasyon farklılıkları. *Bursa Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 42(2), 129-141. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/3713666>

Altun, Ö., & Karataş, İ. (2021). Z kuşağı ve internetten alışveriş ilgilenimleri. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 289-311. <https://doi.org/10.15869/itobiad.795621>

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. (<https://www.dieweltdertuerken.org/index.php/ZfWT/article/view/1015>)

Anye, E. T., Gallien, T. L., Bian, H., & Moulton, M. (2013). The relationship between spiritual well-being and health-related quality of life in college students. *Journal Of American College Health*, 61(7), 414-421. <https://doi.org/10.1080/07448481.2013.824454>

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. <https://doi.org/10.17339/ejovoc.41369>

Ayten, A., Göcen, G., Sevinç, K., & Öztürk, E. E. (2012). Dini başa çıkma, şükür ve hayat memnuniyeti ilişkisi: hastalar, hasta yakınları ve hastane çalışanları üzerine amprik bir araştırma. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 12(2), 45-79. <https://dergipark.org.tr/en/pub/daad/issue/4489/61848>

Bayarçelik, E. B., & Hıdır, A. (2020). Kuşaklara göre iş tatmini, tükenmişlik ve iş yaşam dengesi. *International Journal of Management and Administration*, 4(7), 54-70. <https://doi.org/10.29064/ijma.665688>

Bülbül, Ş., & Giray, S. (2011). Sosyodemografik Özellikler ile Mutluluk Algısı Arasındaki İlişki Yapısının Analizi. *Ege Academic Review*, 11. <https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=7f725a53-e734-4d3d-a336-fd7a6305e455%40redis>

Choi, M. O. and Moon, Y. S. (2011). Analysis of happiness determinants in Busan residents. *Local Government Studies Review*, 15(1), 277–297.

Çapar, M. C., & Ceylan, M. (2022). Durum çalışması ve olgubilim desenlerinin karşılaştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 295-312. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227359>

Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *The American Psychologist*, 55, 34–43. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.34>

Diener E., Scollon C.N., Lucas R.E. (2003). The evolving concept of subjective well-being: The multifaceted nature of happiness. *Advances in Cell Aging and Gerontology*, 15, 187–219. [https://doi.org/10.1016/S1566-3124\(03\)15007-9](https://doi.org/10.1016/S1566-3124(03)15007-9)

Eserler, T. (2022). Yetişkinlerde dindarlık, şükür ve mutluluk ilişkisi üzerine nicel bir araştırma= A quantitative study on the relationship between religiosity, gratitude and happiness in adults. *Yüksek lisans tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.

Guerini, M., & Nuvolati, G. (2016). 18. Happiness, subjective and objective indicators. *Handbook of research methods and applications in happiness and quality of life*, 400-418.

Gürbüz, S. (2015). Kuşak farklılıkları: Mit mi, gerçek mi. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(1), 39-57.

Ha, Y. O., & Park, Y. M. (2017). The effects of perceived stress, sleep quality and subjective happiness on the wellness lifestyle among adults. *Journal of the Korea Convergence Society*, 8(12), 359-367. <https://doi.org/10.15207/JKCS.2017.8.12.359>

Helliwell, J. F. (2006). Well-being, social capital and public policy: what's new? *The Econometrics Journal*, 116 (March), C34–C45. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2006.01074.x>

Karabay, Ş. O., & Aydın, D. G. (2017). Farklı geçmiş yaşantılardan gelen çocukların mutluluk ve gelecek ile ilgili görüşleri. *İlköğretim Online*, 16(4), 1816-1828. <https://doi.org/10.17051/ilkonline.2017.342995>

Kır, A., Kösem, Ü., Akçakanat, T., & Uzunbacak, H. H. (2020). Öğretmenlerde şükürün işyeri mutluluğuna etkisinde cinsiyetin düzenleyici rolü. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2), 5-18. <https://doi.org/10.29131/uiibd.782182>

Kim, S. K., Jang, Y. S., Cho, H. S., & Cha, M. S. (2008). Happiness Index and Happiness Determinants. Korea health and society research institute report. Seoul: KHSR.

Lee, T. J., Park, C. M., & Song, K. S. (2005). Analysis of quality of life of local residents. *Korean Local Government Review*, 12(4), 75–92.

Lim, H. S. (1996). Conceptual discussions on quality of life. *Korean Publ Administration Review*, 5(1), 5–18.

Lyubomirsky, S., & Lepper, H. S. (1999). A measure of subjective happiness: Preliminary reliability and construct validation. *Social Indicators Research*, 46, 137–155. <https://doi.org/10.1023/A:1006824100041>

Mushtaq, Z., Ghayas, S., & Niazi, S. (2014). Happiness, quality of sleep and academic achievement among university undergraduates. *Journal of the Indian Academy of Applied Psychology*, 40(1), 62.

Mücevher, M. H., & Erdem, R. (2018). X kuşağı akademisyenler ile y kuşağı öğrencilerin birbirlerine karşı algıları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(22), 60-74. <https://doi.org/10.21076/vizyoner.391745>

Mürtezaoğlu, Ç., & Çıkrıkçı, Ö. (2022). Ergenlerde mutluluk, öz-yeterlik, akran ilişkileri ve sosyal onay ihtiyacı arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24(3), 483-498. <https://doi.org/10.17556/erziefd.1103962>

Özdemir, Y., & Koruklu, N. (2011). Üniversite öğrencilerinde değerler ve mutluluk arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8(1), 190-210. <https://dergipark.org.tr/en/pub/yyuefd/issue/13707/165957>

Pavot, W., & Diener, E. (1993). Review of the satisfaction with life scale. *Psychological Assessment*, 5, 164-172. <https://doi.org/10.1037/1040-3590.5.2.164>

Rego, A. Ve Cunha, M.P. (2008). Authentizoticclimates and employee happiness: Pathways to individual performance? *Journal of Business Research*, 61, 739-752. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.08.003>

Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 57(6), 1069. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>

Saban, A. (2008). Okula ilişkin metaforlar. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 55(55), 459-496. <https://dergipark.org.tr/en/pub/kuvey/issue/10342/126702>

Saban, A. (2009). Öğretmen adaylarının öğrenci kavramına ilişkin sahip oldukları zihinsel imgeler. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(2), 281-326. <https://dergipark.org.tr/en/pub/tebd/issue/26107/275061>

Seligman, M. E. P. (2002). *Authentic happiness: Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. New York, NY: Free Press.

Seligman, M. E., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychological Association*, 55 (1), 5. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.5>

Seligman, M. E. P., Steen, T. A., Park, N., & Peterson, C. (2005). Positive psychology progress: Empirical validation of interventions. *The American Psychologist*, 60, 410-421. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410>

Sheldon, K. M., & Houser-Marko, L. (2001). Self-concordance, goal attainment, and the pursuit of happiness: Can there be an upward spiral? *Journal Of Personality And Social Psychology*, 80(1), 152. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.1.152>

Shin, C. S., & Shaw, I. (2003). Social policy in South Korea: Cultural and structural factors in the emergence of welfare. *Social Policy & Administration*, 37(4), 328-341. <https://doi.org/10.1111/1467-9515.00343>

Şalap, K. O. (2016). Çalışma yaşamında kuşaklar: Kuşakların iş ve özel yaşam dengesine ilişkin yaklaşımları. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

Taş, H.Y., Demirdöğmez, M., & Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan Z kuşağının çalışma yaşamı olası sonuçları. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048. doi:10.26466/opus.370345

Taş, H.Y., & Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z kuşağı çalışanlarının yönetim tarzları ve bir işletme örneği. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11 (18), 643-675. <https://doi.org/10.26466/opus.554751>

Toruntay, H. (2011). Takım rolleri çalışması: X ve Y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. *Yayımlanmamış yüksek lisans tezi*, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.