

PAPER DETAILS

TITLE: Öğretmen Adaylarının Z Kusagi Kavramına İlişkin Algılarının Belirlenmesi: Bir Metaforik Analiz Çalışması

AUTHORS: Sevda KOÇ AKRAN, Gülbahar SEN

PAGES: 103-129

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3032909>

Öğretmen Adaylarının Z Kuşağı Kavramına İlişkin Algılarının Belirlenmesi: Bir Metaforik Analiz Çalışması

Sevda KOÇ AKRAN ve Gülbahar KARAKAŞ

Determining Perceptions of Teacher Candidates regarding the Concept of Generation Z: A Metaphorical Analysis Study

Özet

Bu araştırmanın temel amacı, öğretmen adaylarının Z Kuşağı kavramına ilişkin sahip oldukları algıları metaforlar aracılığıyla belirlemektir. Nitel araştırma yönteminin kullanıldığı araştırmanın çalışma grubunu 2022-2023 eğitim öğretim yılında, Siirt Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde öğrenim gören 340 katılımcı oluşturmaktadır. Kolay ulaşılabilir örnekleme yöntemiyle ulaşılan katılımcılara, araştırmacılar tarafından geliştirilen açık uçlu anket formu uygulanmıştır. Açık uçlu anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Uzman görüşü alınan formun birinci bölümde katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların, "Z kuşağı..... benzemektedir. Çünkü....." ifadesini tamamlamaları istenmiştir. Bu ifadeden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Analizler yapılırken, MAXQDA programından yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda katılımcıların; Z kuşağı kavramına ilişkin görüşleri dokuz kategoride toplanmıştır. Bunlar; yenilikçi kuşak, farkındalığı yüksek kuşak, amacı olmayan kuşak, çeşitliliğe sahip kuşak, dijital kuşak, yönlendirilen kuşak, benmerkezci kuşak, gizemli kuşak ve umutsuz kuşaktır. Yenilikçi kuşak kategorisinde 62, farkındalığı yüksek kuşakta 57, amacı olmayan kuşakta 49, çeşitliliğe sahip kuşakta 38, dijital kuşakta 38, yönlendirilen kuşakta 32, benmerkezci kuşakta 26, gizemli kuşakta 24 ve umutsuz kuşakta 14 metafor oluşturulmuştur. Araştırmadan elde edilen bu sonuçlardan hareketle nicel çalışmalar yapılabilir ve buna yönelik öğretmen görüşleri alınabilir.

Anahtar Sözcükler: Eğitim, Öğretmen adayı, Kuşak, Z kuşağı.

Abstract

The main purpose of this research is to determine the perceptions of teacher candidates regarding the concept of Generation Z through metaphors. The study group of the study, in which the qualitative research method was used, consists of 340 participants studying at the Faculty of Education in Siirt University in the 2022-2023 academic year. An open-ended questionnaire developed by the researchers was applied to the participants, who were reached through the easily accessible sampling method. The open-ended questionnaire form consists of two parts. The demographic information of the participants is included in the first part of the form, in which expert opinion was taken. In the second part, the participants were asked to complete the statement that is "Generation Z is similar to.....Because.....". The data obtained from this expression were subjected to content analysis. The MAXQDA program was used for the analysis. As a result of the research, the opinions of the participants on the concept of generation Z were collected in nine categories. These are the innovative generation, the high awareness generation, the purposeless generation, the diverse generation, the digital generation, the driven generation, the self-centered generation, the mysterious generation, and the hopeless generation. 62 metaphors in the innovative generation category, 57 metaphors in the high awareness generation, 49 metaphors in the purposeless generation, 38 metaphors in the diversity generation, 38 metaphors in the digital generation, 32 metaphors in the driven generation, 26 metaphors in the self-centered generation, 24 metaphors in the mysterious generation, and 14

metaphors in the hopeless generation, were created. Based on these results obtained from the research, quantitative studies can be done and teachers' opinions can be taken.

Keywords: Education, Teacher candidate, Generation, Z generation.

Extended Abstract

Introduction

It is the Z, the digital generation, born at the beginning and after the millennium. Z, who is thought to have been born between 1996-2020, is known to be born between 2000-2020, 2000-2021, 1995-2010 according to the researches. These generations are named with different names according to the period in which they were born. These are “Facebook generation, internet generation, crystal generation, google generation, .com generation, iGe, digital natives, Generation Cox/Captain Generation, Gen Z, Next Generation, generation I, Instant Online (always online) media generation, C - Connection – generation, D – Digital generation, R – Responsibility generation, generation zero (Gen Zero), Generation M (Mobile-Multitasking: a person who does many things at the same time), Indigo and Crystal Children generation. Because they prefer to work individually, they are also described as the "New Silent Generation" (Koç-Akran, 2022:201). Despite being defined by different names, these generations have certain characteristics. They are not good at communication skills. He/she does not know many values and does not make an effort to show these values as behaviour. When they start a job, they want it to be done instantly. He/she has a consumer characteristic. He/she learns many behaviours in the virtual environment. They have their own rooms and computers. There are nuclear family structures. He/she consumes and produces information fast. This is because, compared to other generations, they both use technology very well and spend a lot of time in the technological environment. Since they learn everything in the technological environment, they sometimes share their personal information in the virtual environment, as a result of which they are cyberbullied. Their peers are very important to them. They are good problem solvers. Despite all these features, since birth dates are defined differently according to many authors, their numbers are thought to be low for the society. Although they are few in number, they carry out many professions of today and the future. One of these professions is the teaching profession. Here, it is seen that the perception of the generation Z teacher about himself/herself is more important than how he/she defines the society. Because the teacher candidate/teacher, who knows himself/herself closely, will observe the student well in the future/currently and will make more efforts to improve himself. Based on these explanations, it has been tried to determine the perceptions of teacher candidates regarding the concept of generation Z through metaphor.

Methodology

Qualitative research method was used in this research. This research was carried out with the participation of 340 teacher candidates studying at the Faculty of Education in Siirt University in the 2022-2023 academic year. Easily accessible sampling method was used in the selection of the participants. According to Başaran-Koç (2017), this sampling method brings speed and practicality to the research. The researcher chooses a situation that is close and easy to access. It is generally used when the researcher does not have the opportunity to use other sampling methods. Easy case sampling was preferred because one of the researchers in this study was the lecturer and the participants consisted of individuals working in the institution where the researcher works.

73.53% of the participants included in the study group were girls and 26.47% were boys. 30% of the participants in Classroom Teaching, 14.12% of the participants in Guidance and Psychological Counselling Teaching, 13.24% of the participants in English Language Teaching, 11.18% of the participants in Turkish Teaching, 10.88% of the participants in Social Studies Teaching, 11.76% of the participants in Primary Education Mathematics Teaching and 8.82% of the participants in Science Teaching are studying in. The main reason why the number of candidates studying in Classroom Teaching and Guidance and Psychological Counselling Teaching is higher than other departments is that there are four branches. According to the grade levels of the participants, 20.59% of them are 1st class, 25.88% 2nd class, 27.65% 3rd class and 25.88% 4th class. The form developed by the researchers was applied to these participants, in which different grade levels and departments were included in the research. This form consists of two parts. In the first part of the form, the demographic information of the participants is given. In the second part, in order to determine the perceptions of teacher candidates about the concept of generation Z, there is an incomplete sentence like that “Generation Z is similar to, because” In the evaluation of the data obtained from this form, content analysis method was used in accordance with the qualitative research design. The main purpose in content analysis is to reach the concepts and relationships that can explain the collected data. The obtained data is subjected to detailed processing and the concepts and themes related to the subject studied are discovered. Data that are similar to each other are brought together in a logical way and interpreted in an understandable way (Yıldırım & Şimşek, 2021).

The forms filled by the teacher candidates were carefully examined in the study. Content analysis was performed using the MAXQDA qualitative program. In addition, a word cloud was prepared for the metaphors created by the participants using the MAXQDA program. In the MAXQDA program, firstly, metaphors were coded one by one and 71 forms that were not filled in accordance with the purpose, incomplete or left blank were excluded from the scope of the research. Thus, a total of 340 valid metaphors were obtained. First of all, these metaphors produced by the participants were arranged in alphabetical order and a temporary list was created.

In order to ensure the reliability of the research, the metaphors given under the conceptual category reached in the research were presented for expert opinion in order to confirm whether they represent the conceptual category in question. Then, the matches made by the expert and the researcher were compared. It is seen that the reliability of the research is ensured because there is a consensus between the expert and researcher evaluations.

Considering the confidentiality of identity, which teacher candidate the obtained data belonged to was indicated by coding with numbers and the analysis of the metaphors was made. For example; the abbreviation “OA12” represents the data obtained from teacher candidate number 12. The categories formed as a result of the analyses were determined and the direct quotations of the pre-service teachers who were the source of the analyses were included in the text. The quotations are given in the findings section as direct quotations without any changes.

Findings

It was revealed that the participants identified the concept of generation Z with 156 imaginary metaphors. It is seen that teacher candidates mostly identify the concept of generation Z with metaphors such as rainbow (15), future (11), technology (16), robot (9), bomb (8) and computer (8).

Based on the opinions of the participants, the metaphors were grouped under 9 categories. These are the Innovative Generation, the High Awareness Generation, the Purposeless Generation, the Diversity

Generation, the Digital Generation, the Driven Generation, the Self-centered Generation, the Mysterious Generation, and the Hopeless Generation. 62 metaphors in the innovative generation, 57 metaphors in the high awareness generation, 49 metaphors in the purposeless generation, 38 metaphors in the diversity generation, 38 metaphors in the digital generation, 32 metaphors in the driven generation, 26 metaphors in the self-centered generation, 24 metaphors in the mysterious generation, and 14 metaphors in the hopeless generation, a total of 340 metaphors were used.

Results

In the study, the metaphors of the teacher candidates regarding the concept of generation Z were collected in nine conceptual categories. These are the innovative generation, the high awareness generation, the purposeless generation, the diversity generation, the digital generation, the driven generation, the self-centered generation, the mysterious generation, and the hopeless generation. The metaphors most used by teacher candidates are the future in the innovative generation category, the intelligence cube and the thinker in the high-awareness generation category. The metaphor of "nothing" was used in the category of hopeless generation, the metaphor of "rainbow" in the category of diversity generation, and the metaphor of "technology" in the category of digital generation. When looking at other categories, the Z generation is likened to a robot in the driven generation, a spoiled child in the self-centered generation, a bomb in the mysterious generation, and an exam in the hopeless generation. Based on the general characteristics of the Z generation and the metaphors used by the participants, the following can be said. Generation Z has grown up in the age of technology. He/she takes advantage of all the possibilities of technology. The fact that he/she is in communication with technology is reflected in his/her future plans and goals. This generation sees themselves in an important place in the development of society. They believe that they will make useful initiatives for the society by using the knowledge.

Giriş

Toplumlarda ırk, dil, din, cinsiyet, yaş faktöründen kaynaklı bireysel farklılıklar bulunmaktadır. Yıllardır araştırmacıların da belirtilen farklılıklara vurgu yaptığı, tarihsel zamanın içinde bulunduğu konum ve önemli olayların bunu şekillendirdiği belirtilmektedir. Bu sebeple kuşak kavramının tanımında “*zaman*” ve “*olay*” değişmeyen iki temel unsur olarak görülmektedir (Sezgin ve Han, 2022). Zaman ve olay kavramlarından hareketle nesil ve jenerasyon kavramların yerine kullanılan kuşak, aynı tarihsel zamanda doğan kişilerin birtakım sosyal ve ekonomik gelişmelerle bir araya gelmesi, sosyal gruplara mensup olması olarak tanımlanmaktadır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014). Yani kuşak, aynı çağda yaşayan kişilerden oluşmaktadır (Mücevher ve Erdem, 2018). Bu kişiler ortak görevleri ve sorumlulukları olan topluluklardır. Bunların içinde bulunduğu toplumsal olaylar, yaşam tarzları, aile yapıları, birey olma yolundaki kararlarını etkilemektedir. Böyle bir etki sonucu kuşak, benzer problemler yaşamış, aynı kaderi yaşamış ve aynı çağın şartlarında çeşitli ödevlerle yükümlü olmuştur (Altunbay ve Bıçak, 2018; Koç-Akran, 2022). Bu kararlar daha sonraki kuşaklarla farklılıklarını ortaya çıkarmakta ve nesiller boyunca oluşacak kuşakların temellerini oluşturmaktadır. Mesela Sessiz Kuşak, Bebek Patlaması (Baby Boomers), X Kuşağı, Y kuşağı (Gen Me, Gen Y, Milenyum, nGen ve iGen) ve Z Kuşağı, (Yüksekbilgili, 2015; Ercömert ve Güneş, 2021) bu günün alfa ve geleceğin beta ve delta kuşakları bir önceki kuşağın etkilerini ve toplumsal olayların yansımalarını üzerlerinde görmektedir. Kuşaklardaki bu sınıflandırmada *toplumsal* olaylar kadar “*yaş*” faktörü de etkili olmaktadır. Yaş faktöründen dolayı kuşaklar birçok bilim adamı tarafından değişik zaman aralıklarında tanımlanmıştır (Bakınız: Tablo 1).

Tablo 1. *Kuşakların sınıflandırılması* (Yüksekbilgili ve Akduman, 2015:425).

	Sessiz Kuşak	Baby Boomers	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı
Appelbaum (2005)		1943-1960	1961-1981		
Broadbridge (2007)				1977-1994	
Cennamo ve Gardner (2008)		1946-1961	1962-1979	1980 ve sonrası	
Hammill (2005)	1922 -1945	1946-1964	1965-1980	1981-2000	2001 ve sonrası
Chen ve Choi (2008)		1946-1964	1965-1977	1978 ve sonrası	
Gürsoy (2008)		1943-1960	1961-1980	1981-2000	
Kuran (2010)					2000-2020
Jurkiewicz (2000)		1946-1962	1963-1981		
Jurkiewicz ve Brown (1998)	1925-1942	1943-1960	1961-1981		
Oblinger (2005)					2000 ve sonrası
Lamm ve Meeks (2009)		1943-1960	1961-1980	1981-2000	
Lyons (2007)	1945 öncesi	1945-1964	1965-1979	1980 sonrası	
Parker ve Chusmir (1990)	1946 öncesi	1946-1964			
Sessa (2007)	1925-1945	1946-1963	1964-1982	1983 ve sonrası	
Smola ve Sutton (2002)		1946-1964	1965-1977		
Wong (2008)		1945-1964	1965-1981	1982-2000	
Williams ve Page (2011)	1930-1945	1946-1964	1965-1976	1977 – 1994	1994 ve sonrası
Howe ve Strauss (2000)	1925-1943	1943-1960	1961-1981	1982-2000	

İlk kuşak “sessiz kuşaktır”. Sessiz kuşak, 1920 yıllardan sonra dünyaya gelmiş ve o dönemin olaylarından etkilenmiştir. Cumhuriyet Kuşağı, gelenekselci kuşak olarak da bilinmektedir (Ardıç ve Altun, 2017). I. ve II. Dünya savaşlarını yaşamış bu kuşak, tutumludur ve depresyon, kahraman, GI neslidir (McCrindle ve Wolfinger, 2009). İkincisi bebek patlaması olarak ifade edilen Baby Boomer kuşaktır ve soğuk savaş çocuklarıdır. Bunlar, II. Dünya savaşından sonra doğum oranlarındaki artışlardan ve sayılarının fazlalığından dolayı kendilerini yeni dünyanın temsilcileri olarak görmektedir. Oysaki yaşadıkları dünya onlara zorlukların olduğu bir dünyayı miras bırakmıştır (Bristow, 2015). Teknolojiyle tanışmamış ve ürün odaklı çalışmayı sevmişlerdir. Üçüncü X kuşağıdır. X, Baby Boomers’lara göre teknolojiyle tanışma oranları yüksek olan kuşaktır. X kuşağı, otoriteyi sevmemektedir. Bu özelliği, günümüzde Z kuşaklarında da görülmektedir. Dijital göçmenler ve ya McDonald’s kuşağı olarak bilinen X (Zhang, Mulhern, Wu, Xu, Wang ve Gao, 2022), çok çalışmaktan hoşlanmamaktadır. 1977 yılındaki ilk bilgisayarın satışının yapılması bu kuşakların gençlik dönemlerine denk gelmektedir (Ekşili, Ünal ve Batur, 2014). Bundan dolayı bu gün X Kuşağı yetişkinleri, teknolojiye yabancı değiller ve çoğu sosyal medya ve akıllı telefon kullanımlarında genç kuşaklarla benzer davranışlar göstermektedir. Hatta onların çocukları, torunları olan Z ve alfa kuşakları onları bazen model almaktadır (Mahmoud, Fuxman, Mohr, Reisel ve Grigoriou, 2021). Dördüncüsü Y kuşağıdır (Echo Boom ya da Next Generation) (Erden Ayhün, 2013) ve İngilizce Gen Y’den gelmektedir. İnternet kuşağı, gelecek kuşak, dijital kuşak, net kuşağı, www kuşağı, Echo-Boomers, Millenial, Nexters ve “Generation Youth (Genç Nesil) ve dijital yerliler şeklinde de ifade edilmektedir. Yaşadığı çağı ve içinde bulunduğu toplumsal olayları sürekli sorguladığı için ‘Why’ kuşağı denilmekte ve ‘Y’ diye yazılarak okunmaktadır. Y kuşağı bu sorgulama yönünden dolayı örneğin 11 Eylül 2001, terörizm tehditleri, küreselleşme, ciddi bir ekonomik durgunluk, okulda şiddet ve şiddetli akut solunum sendromu salgını gibi olayları sorgulamış ve tartışmıştır. Bunu yaparken, internet, Google, MSN, MP3, dijital kameraları ve cep telefonları yaygın bir şekilde kullanılmışlardır.

Uzun bir süre bir yerde oturmayı sevmeyen Y kuşağı için bu ortamlardaki etkileşim önemlidir ve derslerin eğlenceli olması onların motivasyonunu arttırmaktadır (Eckleberry-Hunt ve Tucciarone, 2011; Koç-Akran, 2022).

Beşincisi milenyumun başında ve sonrasında doğan Z, yani dijital kuşaktır. 1996-2020 yılları arasında dünyaya geldiği düşünülen Z, yapılan araştırmalarda 2000-2020; 2000-2021, 1995-2010 tarihleri arasında doğdukları bilinmektedir (Koç-Akran, 2022). Bu tarihler Tablo 2’de görüldüğü üzere farklı yaş aralıklarıyla yazarlara göre tekrardan tanımlanmıştır.

Tablo 2. Z Kuşağı yaş aralığı – literatür taraması (Dolot, 2018:45).

Yaş Aralığı	Yazar (lar)
1990 veya sonrası doğumlu	Świerkosz-Hołosz (2016, p. 441); Żarczyńska-Dobiesz and Chomątowska (2014, p. 407); Wiktorowicz and Warwas (2016, p. 22); Wojtaszczyk (2013)
1990 ve 1999 yılları arasında	Half (2015)
1991 ve 2000 yılları arasında	Tulgan (2009, p. 5)
1993 ve 2012 yılları arasında	White (2017)
1993 ile 2005 arası	Turner (2013, p. 18)
1995 sonrası	Opolska-Bieleńska (2016, p. 37); Ensari (2017, p. 53); Dudek (2017, p. 144)

Son kuşak ve alfabenin son harfi olmasından dolayı Z olarak ifade edilen bu kuşak (İçme, Yıldırım, Büyük, 2022) “Facebook kuşağı, internet kuşağı, kristal kuşak, google kuşağı, .com kuşağı, iGe, dijital yerliler, Generation Cox/Kaptan Kuşak, Gen Z, Next Generation, kuşak I, Instant Online (her daim online) medya kuşağı, C - Bağlantı – kuşağı, D - Dijital kuşak, R – Sorumluluk kuşak, sıfır kuşak (Gen Zero), M Kuşağı (Mobile-Multitasking: birçok işi aynı anda yapan), İndigo ve Kristal Çocukları kuşağıdır. Bireysel çalışmayı tercih ettiklerinden dolayı, “Yeni Sessiz Kuşak” olarak da nitelendirilmektedir” (Koç-Akran, 2022:201). Geçmişteki bütün kuşaklar arasında en fazla teknoloji ile etkileşim halinde olan kuşaktır. Diğer özelliklerine bakıldığında (Seemliller ve Grace, 2016; Seemliller ve Grace, 2019; Taş ve Kaçar, 2019; Özdemir, 2019; Koç-Akran, 2022; Sezgin ve Han, 2022);

- İnsan ilişkilerinde iyi değiller,
- Birçok işi bir arada yapmayı severler, sabırsızlar, tüketici toplum anlayışını benimserler,
- Başarı odaklı çalışırlar, sanal ortamda oyun oynamaktan hoşlanırlar,
- Benmerkezci anlayışı benimserler,
- Anlayış ve empati beklerler, bilişsel yapılarındaki bilgileri çok hızlı kullanırlar,
- Sadık olma konusunda diğer kuşaklara göre daha az davranış gösterirler,
- Okul onlara göre güvenilir bir liman değildir,
- %60 siber zorbalığa uğradığını düşünürler,
- Akran ilişkilerine ve görüşlerine önem verirler,
- Teorik bilgidен ziyade uygulamalı bilgileri severler,
- Çok çabuk sıkılırlar, onun için öğretmenlerinin farklı yöntem ve teknik kullanmasını beklerler,
- Problem çözme becerilerini çok kullanırlar,

- Çağdaş modelleri derslerde kullandığınızda dikkatlerini hemen o konuya verirler,
- Özgüvenleri yüksektir, girişimci bir ruha sahipler,
- Teknoloji en iyi kullanırlar,
- Gelecek odaklı hedefleri bulunmaktadır.

Teknolojinin ön planda olduğu küresel dünyada bireyler bilgileri farklı şekillerde yapılandırmaktadır. Her birey bulunduğu çağın genel karakteristik özellikleriyle teknolojik araçları öğrenme ortamına transfer etmektedir. Kullanılan her bilgi bu transfer sürecinde bireyin öğrenme stiliyle entegre olarak kişilik özelliklerinin oluşmasını sağlamaktadır. İşte Z kuşağı ve diğer kuşaklarda da bu özellikler Tablo 3’de görüldüğü üzere, karşılaştırmalı bir şekilde verilmekte ve karşılaştırmalar başta öğretmenlerin sınıf içi-dışı uygulamalardaki süreçlerinin daha planlı olmasını sağlamaktadır. Çünkü öğretmen öğrenci özelliklerini bilerek hareket edildiğinde ortaya çıkan(cak) bilgiler hem öğrenci için hem de öğretmen için anlamlı olmaktadır.

Tablo 3. *X, Y, Z ve Alpha kuşağı öğrenci özellikleri (Koç-Akran, 2022:211-212).*

X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	Alfa Kuşağı
İşbirliği içinde çalışmaktan hoşlanırlar.	İşbirliği içinde çalışmaktan hoşlanırlar, fakat bireysellikte ön plandadır.	Ben merkeziler “bunu ver” yerine ‘bana yardım edebilir misin?’ anlayışıyla hareket etmektedirler.	Benmerkeziler
Kurallara uyarlar. Girişimcilik duyguları zayıftır.	Kurallara uymayı sevmeyiz. Özgürlükçü ortamları severler. Girişimcilerdir.	Kuralları sevmeyiz. Girişimcilerdir.	Daha girişimci bir nesildir. Mahremiyeti ve kuralları önemsemezler, her türlü sınırdan kurtulurlar ve an’ı yaşarlar.
Toplum ve değerlere karşı duyarlıdır.		Eski nesiller için tehdit oluşturan şey, Z Kuşağı için hayranlık duygusu oluşturmaz.	
Otoriteyle rahat iletişim kurarlar. Savaşçı ruhları var.	Otoriteye saygılılardır.	Esnek bir ortamda çalışmak onları motive etmektedir.	Kısıtlanmaktan hoşlanmazlar.
Teknik ve iletişim becerileri iyidir.	Hoşgörü değerini ön planda tutarlar. <i>Sosyal bilinci en yüksek kuşaktır.</i>	Yaşamak için çalışmak anlayışı vardır.	Özgürlüklerine çok düşkündürler.
İnsan ilişkilerinde sadıktırlar. Aileleri tarafından ihmal edilmişlerdir.	Koruyucu aileleri bulunmaktadır.	İş değerleri daha zayıftır. Online çalışmayı severler.	Çevrim içi ortamda alış veriş yapmayı sevmektedirler.
Kaygı düzeyleri yüksektir. Stresli bir yapıları vardır.	Özsaygıları yüksektir. Aceleci yapıları vardır. Uyum konusunda kaygıları yüksektir.	Özgüvenleri yüksektir.	Öz güvenleri yüksektir. Eğitim düzeyleri teknolojiyle birlikte artmaktadır.
	Kendilerine güvenleri yüksektir.	<i>Emoji/ikon/görüntü merkezli iletişim kuran bir nesildir.</i>	
	<i>Tarihte en eğitilmiş nesil olarak bilinmektedirler.</i>	<i>Onlar gelmiş geçmiş en eğitilmiş ve sofistike nesillerdir.</i>	

Tablo 3'ün devamı

X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	Alfa Kuşağı
Nicelikten çok niteliği ön planda tutarlar. Teknolojiyi kullanma becerileri düşüktür.	% 97'sinin bilgisayarı bulunmakta; % 94'ü cep telefonu kullanmakta; %76'sı anlık mesaj atmakta; %34'ü haber kaynağı olarak internetten haberleri takip etmekte; %44'ü blog kullanmakta; %28'inin bloğu bulunmakta; % 49'u internetten müzikleri indirmektedir. Üç ya da daha fazla cihaz kullananların sayısı fazladır.	Teknolojiyle doğup büyüdüler. Hem gerçek hem de sanal dünyada çalışabilmektedirler. Teknoloji kullanma becerileri sayesinde birçok veriye kolay ulaşmakta ve paylaşmaktadırlar. İnternetsiz hayatın ne olduğunu bilmiyorlar. STEAM eğitimi uygulamalarına katılım gösterirler. Yapay zekâ dostudurlar. Çoklu zekâlarını ve duygusal zekâlarını kullanırlar. Sosyal zekâları iş bulmada ve iş çevresinde önemlidir.	Sosyal ağların olmadığı bir dünyayı bilmiyorlar. Çoklu zekâlarını ve duygusal zekâlarını kullanırlar. <i>Teknoloji konusunda en bilgili kişilerdir.</i> STEAM eğitim uygulamalarını severler. Yapay zekâ uygulamalarını sever ve dikkatlerini çeker. Çoklu zekâlarını ve duygusal zekâlarını kullanırlar.
<i>Sonuç değil sürece önem verirler.</i> Çoklu görevlerde başarılılardır.	Performans adaklı çalışırlar. Yaratıcı bireylerdir. Bilgiyi daha hızlı işlerler, metin yerine görüntü ve sesi tercih ederler. Eğitimi başarının anahtarı olarak görürler.	Ana iletişim kanalları artık e-posta değil, sosyal medyadır. Ayrıca bu nesil kablosuz ağ, cep telefonları ve Web olmadan hayatı bilmemektedir. Sadece bilgiyi tüketmekle kalmaz, aynı zamanda üretir ve paylaşırlar. Google/Facebook/YouTube/İpad/İphone/PS4 kullanıcılarıdır.	Önceki nesillere göre daha az insanla temasa geçmektedir. Paylaşım ekonomisinden nefret ederler ("Benim!", "Hepsi benim" diye bağırırlar, hiçbir şeyi paylaşmazlar).
Geleneksel eğitim anlayışı ve ilkelerine göre yetiştirilmişlerdir.	Geleneksel eğitim anlayışı ve ilkelerine göre yetiştirilmişlerdir.	Anlatım yönteminin dışında öğrenci merkezli eğitimde kullanılan yöntem ve tekniklerle öğrenirler. K-12 eğitim seçenekleri çok daha geniştir.	Anlatım yönteminin dışında öğrenci merkezli eğitimde kullanılan yöntem ve tekniklerle öğrenirler. K-12 eğitim seçenekleri çok daha geniştir.
E-öğrenme ve uygulamalarına yabancı olabilirler.	Teknolojiyle geç tanıştıkları için e-öğrenme ve uygulamalarına yabancı olabilirler. Fakat X kuşaklarına oranla teknoloji uygulamalarına kolay adapte olurlar.	E-öğrenme ve uygulamalarına yabancı değildir.	E-öğrenme ve uygulamalarına yabancı değildir.

Görüldüğü üzere, kuşakların içinde bulunduğu sosyal, psikolojik, kültürel olaylar, gelenek görenekler, aile yapısı, öğretmen profili "öğrenme" faktörü üzerinde etkili bir unsurdur. Bu öğrenmelerde yeni eğitim modellerin teknoloji ile entegre edilmesi, anne-babanın çocuk eğitimindeki rolü, ailenin okulun en önemli paydaşı olarak görülmesi, çağdaş eğitim anlayışı, yeni mesleklerin teknolojiyle yeniden tanımlanması, bilginin hızlı değişimi ve bireye yüklenen görev ve sorumluluklar

gibi sebeplerden dolayı bu günün yani Z kuşaklarının kendilerine bakış açıları üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Bu düşünceyle her birey tek ve özel olduğu gerçeğinden hareket edildiğinde, bireylerin öze dönük zekâlarıyla kendi eksilerini ve artılarını bilmesi beklenmektedir. Nitekim Z kuşağı konusunda yapılan araştırmalar, çalışmalar incelendiğinde (Altunbay ve Bıçak, 2018; Arabacı ve Polat, 2013; Cilliers, 2017; Csobanka, 2016; Grabinger, 2014; Koç-Akran, 2022; Özkan, 2021; Seemliller ve Grace, 2016; Seemliller ve Grace, 2019; Sezgin ve Han, 2022; Sladek ve Pekel, Kaya, Çalışkan, Doğan, Öner, Kaya, Özyıldız ve Erbay, 2020) Z kuşağının teknoloji etkin kullanan bir kuşak olduğu ve özellikle geleceğin öğretmen adayları, doktorları, avukatları, mühendisleri vs. olduğu bilinmektedir. Toplumda göz ardı edilmeyecek bir orana sahip olan bu kuşak günümüzde örneğin ABD’de nüfusu içinde sayıları 58 milyondur (Sladek ve Grabinger, 2014). Sayıları toplumdan topluma farklılık gösteren Z kuşağının, iyi eğitim alması ve kendilerini günün koşullarına uygun geliştirerek faydalı birey olarak yetiştirmeleri amaçlanmaktadır. Bunun için de öğretmenlerin desteğine ihtiyaç duyulmaktadır. Çünkü öğretmen bilgiyi yapılandırmaya yardımcı kişidir. E-öğrenme, ters yüz öğrenme, harmanlanmış öğrenme, farklı yöntem ve teknikleri sınıf ortamında kullanan rehberdir. Teknolojik araçları öğrencinin kullanımına sunarak, öğrencinin kendisini ve arkadaşlarını değerlendirmesini sağlamaktadır. Sınıfta dönütü sağlayan, öğrenme döngüsünü organize edendir. Bundan dolayı X ve Y kuşak öğretmenleri kadar, geleceğin Z kuşağı öğretmenlerinde bu özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özelliklere sahip olmak içinde başta Z kuşağı öğretmen adaylarının kendilerini nasıl tanımladıkları ve gördükleri önemlidir. Kendini yakından tanıyan öğretmen adayı gelecekte öğrencini de iyi gözlemeyecek ve kendisini geliştirme konusunda daha fazla çaba gösterecektir. Bu açıklamalardan yola çıkarak, öğretmen adaylarının Z kuşağı kavramına ilişkin algıları metafor yoluyla belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, öğretmen adaylarının Z Kuşağı kavramına ilişkin sahip algıları metafor aracılığıyla belirlemektir. Belirtilen temel amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Öğretmen adaylarının Z kuşağı kavramına ilişkin sahip oldukları metaforlar nelerdir?
- Belirtilen metaforlar hangi kavramsal kategoriler altında toplanmaktadır?

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, incelenen durumla ilgili sorgulayıcı, yorumlayıcı ve var olduğu durumla olayı anlamaya çalışan bir yöntemdir. Bu yöntemde, karşılaşılan durum ve probleme ilişkin gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama araçlarını kullanmaktadır. Veri toplama araçlarıyla, problem fark edilmekte, algılanmakta ve derinlemesine incelenmektedir. Söylen analizi ve gözlemlerle bu derinlemesine bakış açısı, nitel araştırmaları nicel araştırmalardan ayırt etmektedir (Baltacı, 2019). Bu araştırmada da form yoluyla elde edilen veriler, söylev/metin analizi yapılarak detaylı bir şekilde incelenmiştir.

Çalışma Grubu

Bu araştırma, 2022-2023 öğretim yılında, Siirt Üniversitesi Eğitim Fakültesi’nde öğrenim gören 340 öğretmen adayının katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların seçiminde, kolay

ulaşılabilir örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Başaran-Koç ‘a (2017) göre bu örnekleme yöntemi araştırmaya hız ve pratiklik kazandırmaktadır. Aynı zamanda burada araştırmacılar kendilerinin rahat ulaşacakları örneklemeleri seçmektedir. Bu araştırmadaki araştırmacılardan birinin ders yürütücüsü olması ve katılımcıların araştırmacının çalıştığı kurumdaki bireylerden oluşması nedeniyle kolay durum örnekleme tercih edilmiştir. Çalışma grubuna alınan katılımcıların demografik bilgileri Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. *Katılımcıların demografik özellikleri*

Değişken		f	%
Cinsiyet	Kız	250	73,53
	Erkek	90	26,47
Bölüm	Sınıf Öğretmenliği	102	30
	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Öğretmenliği	48	14,12
	İngilizce Öğretmenliği	45	13,24
	Türkçe Öğretmenliği	38	11,18
	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	37	10,88
	İlköğretim Matematik Öğretmenliği	40	11,76
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	30	8,82
Sınıf	1.sınıf	70	20,59
	2.sınıf	88	25,88
	3.sınıf	94	27,65
	4.sınıf	88	25,88

Tablo 4’de görüldüğü üzere, katılımcıların %73,53’ü kız, %26,47’si erkektir. Katılımcıların %30’u Sınıf Öğretmenliği, %14,12’si Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Öğretmenliği, %13,24’ü İngilizce Öğretmenliği, %11,18’i Türkçe Öğretmenliği, %10,88’i Sosyal Bilgiler Öğretmenliği, %11,76’sı İlköğretim Matematik Öğretmenliği ve %8,82’i Fen Bilgisi Öğretmenliğinde öğrenim görmektedir. Sınıf öğretmenliği ve Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Öğretmenliğinde öğrenim gören aday sayısının diğer bölümlere göre daha fazla olmasının temel nedeni dört şubenin olmasıdır. Öğrenim gördüğü sınıf düzeylerine göre katılımcıların; %20,59’u 1.sınıf, %25,88’i 2.sınıf, %27,65’i 3.sınıf ve %25,88’i 4.sınıftan oluşmaktadır.

Veri toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacılar tarafından geliştirilen form kullanılmıştır. Geliştirilen form iki bölümden oluşmaktadır. Formun birinci bölümünde; katılımcıların demografik bilgileri; ikinci bölümünde ise öğretmen adaylarının Z kuşağı kavramına ilişkin algılarını belirlemek amacıyla “Z Kuşağı benzetmektedir; çünkü”, şeklinde eksik bırakılmış bir cümle yer almaktadır. Bu cümle aracılığıyla “benzetmektedir” kelimesiyle öğretmen adaylarının Z kuşağı kavramına ilişkin algılarının hangi metaforla çağrışım yaptığı belirlenmeye çalışılmıştır. Diğer taraftan “çünkü” bölümü bulunmaktadır. Burada benzetilen metaforun sebebi açıklanmakta ve katılımcının görüşü nedeniyle belirlenmektedir. Formların doldurulması sırasında öğretmen adaylarına belirli süre tanınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırmada formdan elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analiziyle elde edilen verilerle kavramlara ve bu kavramlar arasındaki ilişkilere ulaşılmaktadır. Bu ilişkiler arasında benzeyen kavramlar belirli temalar ve kategoriler altında toplanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2021). İçerik analizinde yapılan bu işlemde belirli adımlara dikkat edilmektedir. Araştırmada ilk olarak

katılımcı formları araştırmacılar tarafından sıralanmış ve her bir forma bir numara verilmiştir. Sıralanan veriler MAXQDA nitel programa aktarılmıştır. MAXQDA programında yapılan ilk işlem verilerin ayrı ayrı kodlanmasıdır. Kodlama işlemi yapılırken, boş bırakılan formlar araştırmaya dâhil edilmemiştir. Böylelikle 71 form araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Araştırmada 340 katılımcının görüşüne yer verilmiştir. Katılımcı görüşlerinden hareketle metaforlar bir listeye aktarılmış ve sonrasında bunlar gruplandırılmıştır. Bu gruplandırmada başka bir uzamanın görüşüne başvurulmuş ve iki uzman arasındaki güvenirlik .95 bulunmuştur.

Araştırmada ikinci olarak benzer temalar altında toplanan metaforlar kategorileştirilerek frekansları hesaplanmıştır. Bunlar MAXQDA programında analiz edilmiştir. Kod modeli belirlenerek metaforlar şekillerle görselleştirilmiştir. Sonrasında aynı program kullanılarak kelime bulutu oluşturulmuştur. Oluşturulan kod modelleri ve kelime bulutu bulgular bölümüne aktarılmıştır. Bulgular bölümünde yapılan açıklamalarla ve yöntem bölümünde verilerin detaylandırılmasıyla araştırmanın geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Aynı zamanda bulgular bölümünde metaforların nasıl kategorileştirildiği ayrıntılı bir şekilde gösterilmiştir. Bulgular bölümünde üçüncü olarak alıntılara yer verilmiştir. Alıntılar yapılırken, katılımcı isimleri gizli tutulmuş ve ÖA1, ÖA2.....ÖA340 kodları kullanılmıştır.

Bulgular

Öğretmen adaylarının Z Kuşağı kavramına yönelik geliştirdikleri metaforlar

Araştırmada ilk olarak katılımcıların “Z kuşağı” kavramına ilişkin algıları belirlenmiş bu algılar metaforlar yoluyla ortaya konulmaya çalışılmıştır. Belirlenen metaforlar Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Öğretmen Adaylarının Z Kuşağı Kavramına İlişkin Oluşturdıkları Metaforlar

No	Metafor	f	No	Metafor	f	No	Metafor	f	No	Metafor	f
1	Gökkuşağı	15	41	Kelebek	2	81	Çılgın Ordinaryüs	1	121	Davul	1
2	Gelecek	11	42	Fabrika	2	82	Umut	1	122	Çürük Ağaç	1
3	Teknoloji	16	43	Beyin	2	83	Uyanık	1	123	Çöp Bidonu	1
4	Robot	9	44	Aydın	2	84	Kurtarıcı	1	124	Heykel	1
5	Bomba	8	45	Ağaç	2	85	Hediye Paketi	1	125	Bukalemun	1
6	Bilgisayar	8	46	Yıldız	2	86	Siyasetçi	1	126	Tablo	1
7	Oyun Hamuru	6	47	Işık	2	87	Mektup	1	127	Renkli Kalemler	1
8	Şımarık Çocuk	6	48	Oyuncak Bebek	2	88	Çıkarıcı İnsan	1	128	Okyanus	1
9	Hiçbir şey	6	49	Hovarda	2	89	Tren	1	129	Market	1
10	Teneke	6	50	Teknoloji	2	90	Ukala İnsan	1	130	Maden	1
11	Zekâ Küpü	5	51	Kitap	2	91	Asit	1	131	Kütüphane	1
12	Düşünür	5	52	Ampul	2	92	Bomba	1	132	İnternet	1
13	Beyin	5	53	Robot	2	93	Kör İnsan	1	133	El Dokuması Halı	1
14	Bağımlı	5	54	Oyun	2	94	Klima	1	134	Albino	1
15	Sürpriz Kutusu	5	55	Su	2	95	Ay	1	135	Yapboz	1
16	Şaşkın	5	56	Narsist İnsan	2	96	Kaba İnsan	1	136	Zombi	1
17	Araba	5	57	Olumsuz Nesil	2	97	Kaplumbağa	1	137	Hazır Paket	1
18	Renk	5	58	Plansız İnsan	2	98	Enerji İçeceği	1	138	Arıkovanı	1
19	Işık	4	59	Virüs	2	99	Kahvaltı	1	139	Dijitalleşme	1
20	Sınav	4	60	Karınca	2	100	Hava Durumu	1	140	Asosyal Varlıklar	1
21	Balon	4	61	Sinsi İnsan	2	101	Bilgin	1	141	Bilim	1
22	Robot	4	62	Dolar	2	102	Ansiklopedi	1	142	Çocuk	1

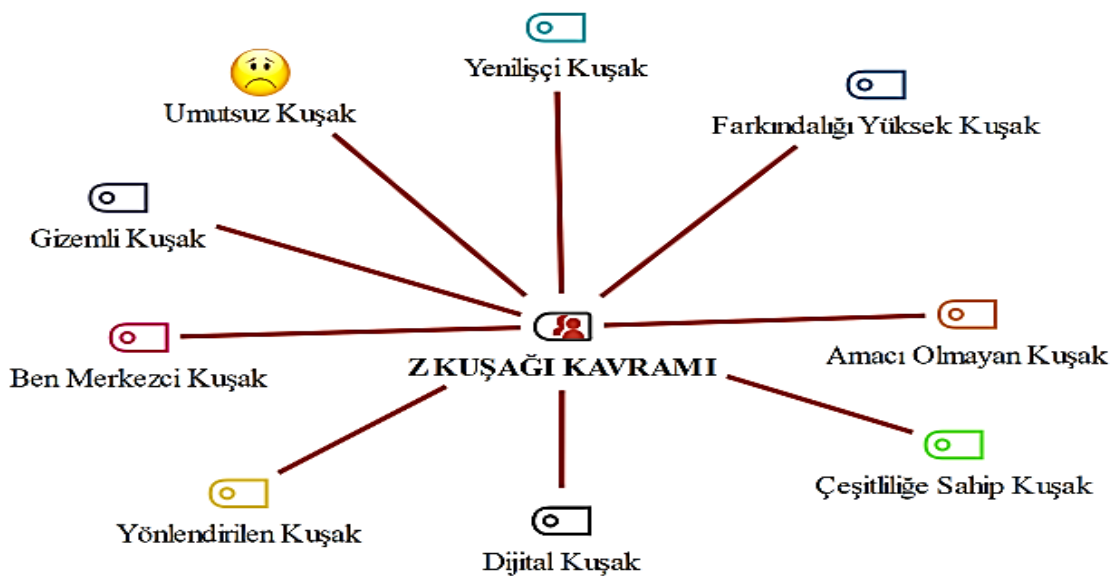
Tablo 5'in devamı

No	Metafor	f	No	Metafor	f	No	Metafor	f	No	Metafor	f
23	Google	4	63	Matruşka	2	103	Lamba	1	143	Oyuncak	1
24	Hediye Paketi	4	64	İlaç	2	104	Siyaset	1	144	Silgi	1
25	Müzik Kutusu	4	65	Medeniyet	2	105	Arı	1	145	Su	1
26	Telefon	3	66	Yelken	1	106	Çocuk	1	146	Vezir	1
27	Devrim	3	67	Yönü Şaşırmış Deli Dana	1	107	Fidan	1	147	Yaratıcı Zihinler	1
28	Koyun	3	68	Geçen Zaman	1	108	Taş Devri	1	148	Deniz	1
29	Ayna	3	69	TBMM	1	109	Bitmişlik	1	149	Tren	1
30	Ergen	3	70	Adalet Sarayı	1	110	Başboş At	1	150	Heykel	1
31	Mimar	3	71	Metalika Müzik	1	111	Yapay Çiçek	1	151	Ordu	1
32	Deli	3	72	Paraşüt	1	112	Mum	1	152	Kukla	1
33	Top	3	73	Kalem	1	113	Yaban Atları	1	153	Kitap	1
34	Bilinçsiz Kuşak	3	74	At	1	114	Deli	1	154	Uçan Balon	1
35	Tilki	3	75	Mevsimler	1	115	Başarısız İnsan	1	155	Hayat	1
36	Keçi	3	76	Jüri	1	116	Düşünmeyen Topluluk	1	156	Kuş	1
37	Deterjan	2	77	Demir	1	117	Sihirbaz	1			
38	Yenilik	2	78	Beyaz Boya	1	118	Sis	1			
39	Virüs	2	79	Nefes	1	119	Gözlük	1			
40	Meyve	2	80	Çürük Elma	1	120	Domino Taşı	1			
TOPLAM										340	

Tablo 5'de görüldüğü gibi katılımcıların Z kuşağı kavramını 156 imgesel metaforla özdeşleştirdiği ortaya çıkmıştır. Öğretmen adaylarının Z kuşağı kavramını en çok gökkuşağı (15), gelecek (11), teknoloji (16), robot (9), bomba (8), bilgisayar (8) gibi metaforlarıyla özdeşleştirdiği görülmektedir.

Öğretmen Adaylarının Z Kuşağı Kavramına İlişkin Algılarına Yönelik Olarak Oluşturulan Kategoriler

Katılımcıların Z Kuşağı kavramına ilişkin oluşturdukları metaforlar kategorileştirilerek Şekil 1'de verilmiştir.

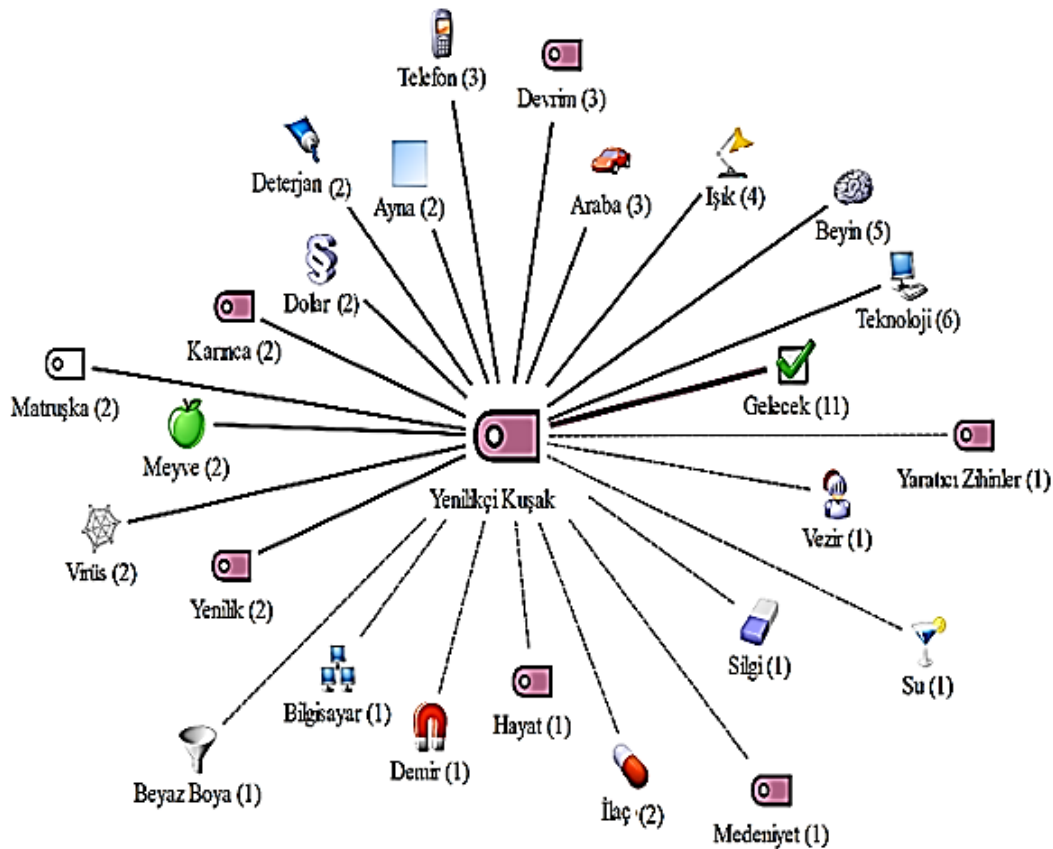


Şekil 1. Z Kuşağı Kavramına İlişkin Oluşturulan Kategoriler - Kod-Alt Kod-Bölümler Modeli

Şekil 1’de göre katılımcıların görüşlerinden hareketle metaforlar 9 kategori altında toplanmıştır. Bunlar; Yenilikçi Kuşak, Farkındalığı Yüksek Kuşak, Amacı Olmayan Kuşak, Çeşitliliğe Sahip Kuşak, Dijital Kuşak, Yönlendirilen Kuşak, Ben Merkezci Kuşak, Gizemli Kuşak ve Umutsuz Kuşaktır.

1. Yenilikçi Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 62 metafor Şekil 2’de görüldüğü üzere, “Yenilikçi Kuşak Kategorisi” altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 2. Yenilikçi Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA175: Z Kuşağı **arabaya** benzemektedir. Çünkü her geçen gün daha fazlasını istemektedir.

ÖA173: Z Kuşağı **beyine** benzemektedir. Çünkü daha çok düşünmeye ve yenilemeye yönelik çalışıyoruz.

ÖA37: Z Kuşağı **deterjana** benzemektedir. Çünkü sahip olduğu birikimle mevcut sorunları temizleme kapasitesine sahip.

ÖA77: Z Kuşağı **devrime** benzemektedir. Çünkü yeni fikirler ve özgürlükçü düşünce yapısı var.

ÖA139: Z Kuşağı **karınca** benzemektedir. Çünkü tüm zorluklara karşı tek başına mücadele etmesi ve kendi yapısına çok fazla gelebilecek olayları bile taşıyabilmesi.

ÖA3: Z Kuşağı **mimara** benzemektedir. Çünkü bilgiyi ve dünyayı yeniden inşa edecekler. Eski kuşakların bilgi, gelenek ve göreneklerine tam anlamıyla karşı çıkar.

ÖA286: Z Kuşağı **uyanığa** benzemektedir. Çünkü hiçbir şeye kanmazlar. Kolay kolay inanmazlar.

ÖA313: Z Kuşağı **domino taşına** benzemektedir. Çünkü kendinden sonrakileri geleceğin yaşamını etkileyecek. Birinin hatası hepsini etkileyecek. Aynı zamanda çoğu insan teknolojiye doğdukları için çok araştırmadıklarını düşünüyor. Ama ben öyle düşünmüyorum.

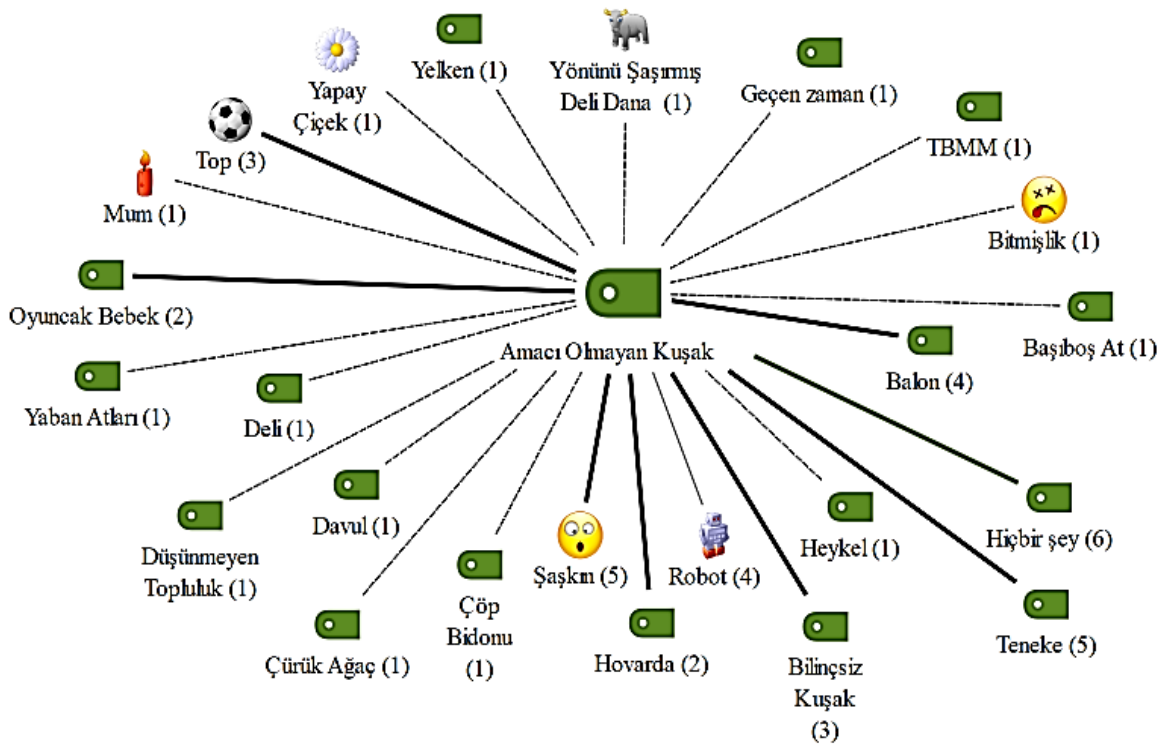
ÖA272: Z Kuşağı **düşünüre** benzemektedir. Çünkü düşünüp eleştirmeye açık bir kuşaktır.

ÖA335: Z Kuşağı **fabrikaya** benzemektedir. Çünkü kapasitesi yüksek, bilinçli ve bilgiye sahipler.

ÖA73: Z Kuşağı **kaleme** benzemektedir. Çünkü kendilerini daha iyi ifade ederler. Özellikle teknoloji çağında olmamız bize çok önem katar. Haksızlık ve zulüm gördüklerinde üstlerini çizecek kadar sert bir nesildir.

3. Amacı Olmayan Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 49 metafor Şekil 4'te görüldüğü üzere, "Amacı Olmayan Kuşak Kategorisi" altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 4. Amacı Olmayan Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA302: Z Kuşağı **başboş ata** benzemektedir. Çünkü hızla ilerlerler ama nereye, nasıl gideceklerinin farkında değildirler.

ÖA183: Z Kuşağı **heykele** benzemektedir. Çünkü hiçbir şey yapmadan duruyorlar.

ÖA248: Z Kuşağı **hiçbir şeye** benzemektedir. Çünkü işe yaramayan parazit gibi yaşayan insan yığınlarıdır.

ÖA119: Z Kuşağı **hiçbir şeye** benzemektedir. Çünkü olumlu birçok yanları varken olumsuz yanları da var. Hem kişilerden ve eski toplumdaki haberleri yok.

ÖA4: Z Kuşağı **hovardaya** benzemektedir. Çünkü her şeyi hoyrat kullanıp tüketiyorlar.

ÖA:55: Z Kuşağı **oyuncak bebeğe** benzemektedir. Çünkü dış görünüşleri güzeldir ama bir işe yaramazlar. Sadece güzellikleriyle bir yere gideceklerine inanıyorlar. İşlevi ve kullanırlığı önemli değil bu oyuncak bebekler sadece göze hitap ederler.

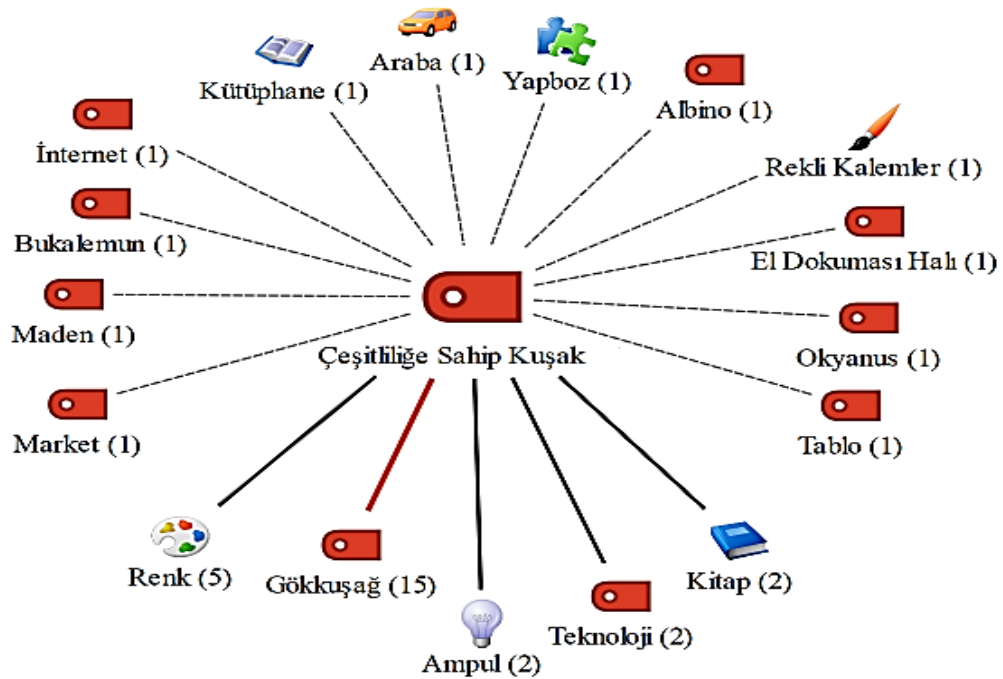
ÖA1: Z Kuşağı **tenekeye** benzemektedir. Çünkü kimi her şeyin farkında kimi ise ekran başında anlamsız ve amaçsız yaşam sürüyor.

ÖA40: Z Kuşağı **topa** benzemektedir. Çünkü önüne gelen sağa sola savrulurlar.

ÖA60: Z Kuşağı **yaban atlarına** benzemektedir. Çünkü ne yaptıkları belli değildir. Boş boş dolaşmaktadırlar.

4. Çeşitliliğe Sahip Kuşak Kategorisine İlişkin Metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 38 metafor Şekil 5'te görüldüğü üzere, "Çeşitliliğe Sahip Kuşak" kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 5. Çeşitliliğe Sahip Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA19: Z Kuşağı **el dokuması halıya** benzemektedir. Çünkü halıya farklı yerlerden gelen insanlar farklı özellikleri bir arada barındırdığı için.

ÖA80: Z Kuşağı **gökkuşağına** benzemektedir. Çünkü üretken ve farklı düşüncelere sahiptirler.

ÖA321: Z Kuşağı **gökkuşağına** benzemektedir. Çünkü farklı renklerin bir arada olması gibi rengârenkler.

ÖA324: Z Kuşağı **gökkuşağına** benzemektedir. Çünkü her renk içimizde, içlerinde muhteşem bir ahenk oluşturur.

ÖA32: Z Kuşağı **kütüphaneye** benzemektedir. Çünkü her çeşit fikir, zihin yapısı, farklı düşünceler var.

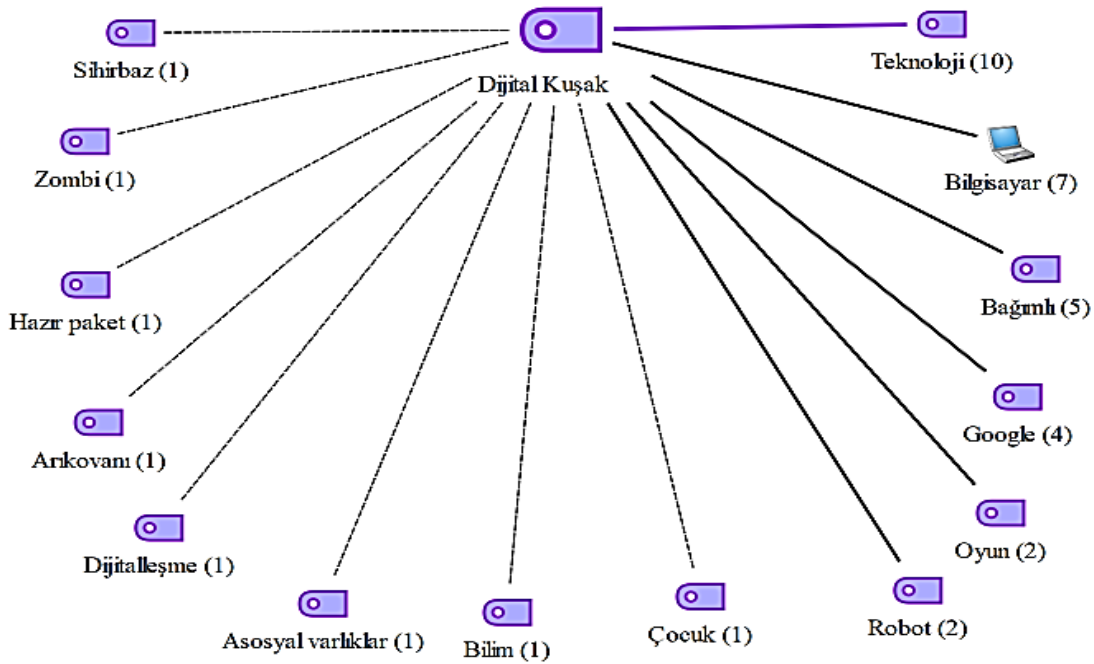
ÖA33: Z Kuşağı **markete** benzemektedir. Çünkü içerisinde farklı farklı nesneler bulunur.

ÖA304: Z Kuşağı **tabloya** benzemektedir. Çünkü karmaşık hazırlanmış bir tablo gibi çok farklılıklara sahip bir kuşaktır.

ÖA300: Z Kuşağı **teknolojiye** benzemektedir. Çünkü hem iyi hem kötü yanları vardır.

5. Dijital Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 38 metafor Şekil 6’da görüldüğü üzere, “Dijital Kuşak” kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 6. Dijital Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA194: Z Kuşağı **google’a** benzemektedir. Çünkü her türlü bilgiyi biliyorlar. Çünkü teknoloji çağına doğdular.

ÖA45: Z Kuşağı **robota** benzemektedir. Çünkü herkes teknolojiye bağımlı durumda...

ÖA153: Z Kuşağı **robotlara** benzemektedir. Çünkü teknolojisiz asla yaşamazlar hep bir kolaylık peşindeler.

ÖA47: Z Kuşağı **sihirbaza** benzemektedir. Çünkü Z kuşağının teknoloji ile araları çok iyi olup hızlı bir gelişim göstermektedirler. Bilgi alanında biraz tembel olmakla beraber işlerini teknoloji ile yapma girişiminde bulunurlar.

ÖA19: Z Kuşağı **arı kovanına** benzemektedir. Çünkü teknoloji kuşağı olarak da bilinen bu kuşaklar bilgiye aç ve meraklılar bu yüzden hareket halindeler. Z kuşağının diğer kuşaklardan farkı yok deniliyor ama buna katılmıyorum.

ÖA15: Z Kuşağı **bağımlılara** benzemektedir. Çünkü her işlerini medya ve internet aracılığıyla halleder.

ÖA8: Z Kuşağı **teknolojiye** benzemektedir. Çünkü hep bu özellikleri ile ön plana çıktığını düşünüyorum.

ÖA261: Z Kuşağı **teknolojiye** benzemektedir. Çünkü teknolojiyle iç içe bir hayat sürmüşler. Onları bağımsız tutmak olmaz.

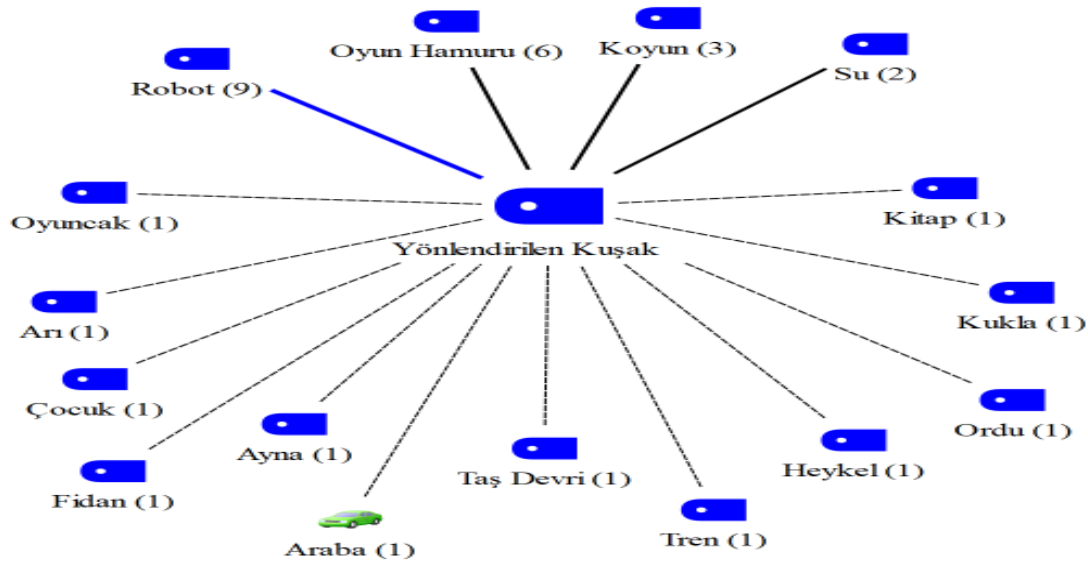
ÖA220: Z Kuşağı **bilgisayara** benzemektedir. Çünkü her şeyi bir dokunuşla öğrenebiliyoruz.

ÖA25: Z Kuşağı **oyuna** benzemektedir. Çünkü sanalda varlar ama gerçekte yoklar.

ÖA30: Z Kuşağı **arı kovanına** benzemektedir. Çünkü sanal ortamda teknolojiyle çok şeyi öğrenirler ve çalışırlar.

6. Yönlendirilen Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 32 metafor Şekil 7’de görüldüğü üzere, “Yönlendirilen Kuşak” kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 7. Yönlendirilen Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA278: Z Kuşağı **arabaya** benzemektedir. Çünkü şoför nereye yönlendirirse diğer tüm parçalarda oraya gidiyor.

ÖA125: Z Kuşağı **heykele** benzemektedir. Çünkü heykel başlangıçta bir kayadır ve heykeltıraş onu yavaş yavaş biçimlendirir. En son ortaya bir ürün çıkar.

ÖA288: Z Kuşağı **kitaba** benzemektedir. Çünkü sadece başkasının yani y kuşağının şekillendirdiği bir toplumdur. Her kitabın bir yazarı olur ya z kuşağının yazarı da y kuşağıdır. Her şeyi onlar belirliyor.

ÖA17: Z Kuşağı **koyuna** benzemektedir. Çünkü çoban ne derse onu yapan, onun fikirlerine inanan, birbirleri gibi yeme, içme, konuşma eğilimindedirler.

ÖA48: Z Kuşağı **oyun hamuruna** benzemektedir. Çünkü şekilden şekle girerler.

ÖA316: Z Kuşağı **oyun hamuruna** benzemektedir. Çünkü kolayca şekillendirilebiliyorlar.

ÖA282: Z Kuşağı **robota** benzemektedir. Çünkü sosyal medyanın dayadığı şeyleri düşünmeden kabul ediyor. Birçok şeye karşı çıkma davranışı göstermiyor.

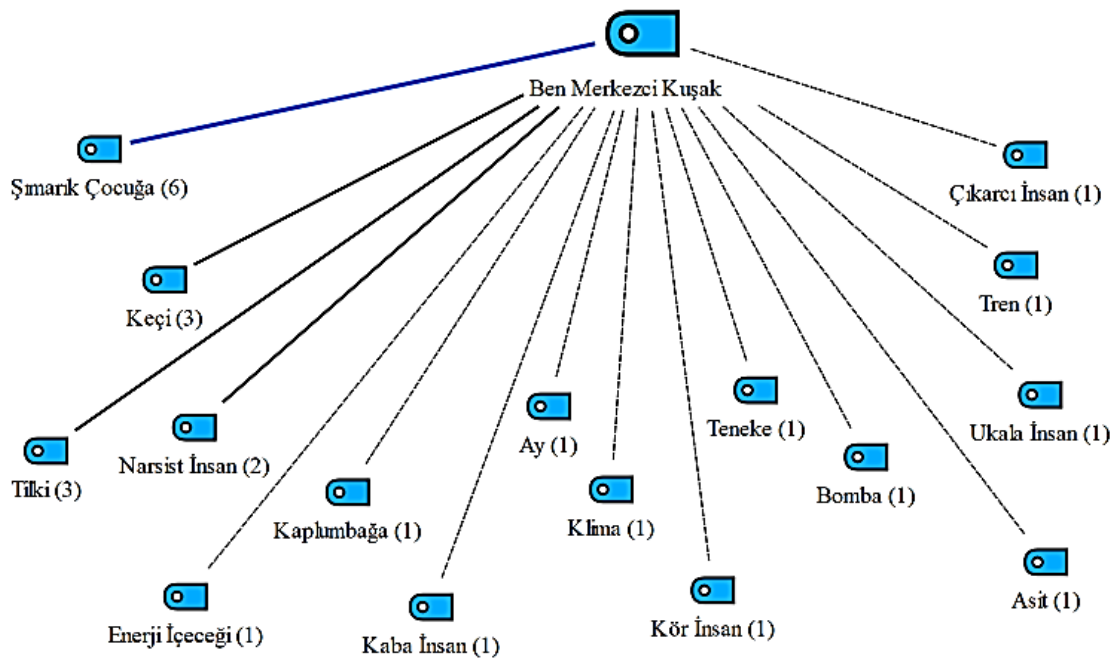
ÖA314: Z Kuşağı **robota** benzemektedir. Çünkü mantıklı düşünme yok. Programlanmış gibiler.

ÖA301: Z Kuşağı **suya** benzemektedir. Çünkü insanlar kendini bulunduğu kabın şekline göre şekillendiriyor.

ÖA229: Z Kuşağı **aynaya** benzemektedir. Çünkü herkes birbirinin düşündüğü ve görüldüğüne dikkat edip aynı olma çabasındadırlar.

7. Ben Merkezci Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 26 metafor Şekil 8’de görüldüğü üzere, “Ben Merkezci Kuşak” kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 8. Ben Merkezci Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA141: Z Kuşağı **narsist insana** benzemektedir. Çünkü ukala, kendini beğenmiş, her şeye bir cevabı var.

ÖA49: Z Kuşağı **narsist insana** benzemektedir. Çünkü çok şey bildiğini zannedip her şey hakkında yorum yapan ama çoğu konuda yetersiz. Tek amacı batı özentisi, medeniyet diye açıkladığı yanlış anlamış bir kuşak.

ÖA54: Z Kuşağı **şımarık çocuğa** benzemektedir. Çünkü her şeyi yapabilmek için aile üzerinde baskı yapabiliyorlar. Sorumluluk duyguları yok. Öğrenmek için ya da kalıcı olarak bilgi edinme gibi becerilere sahip değiller. Her şeye kolay ulaşmak istiyorlar

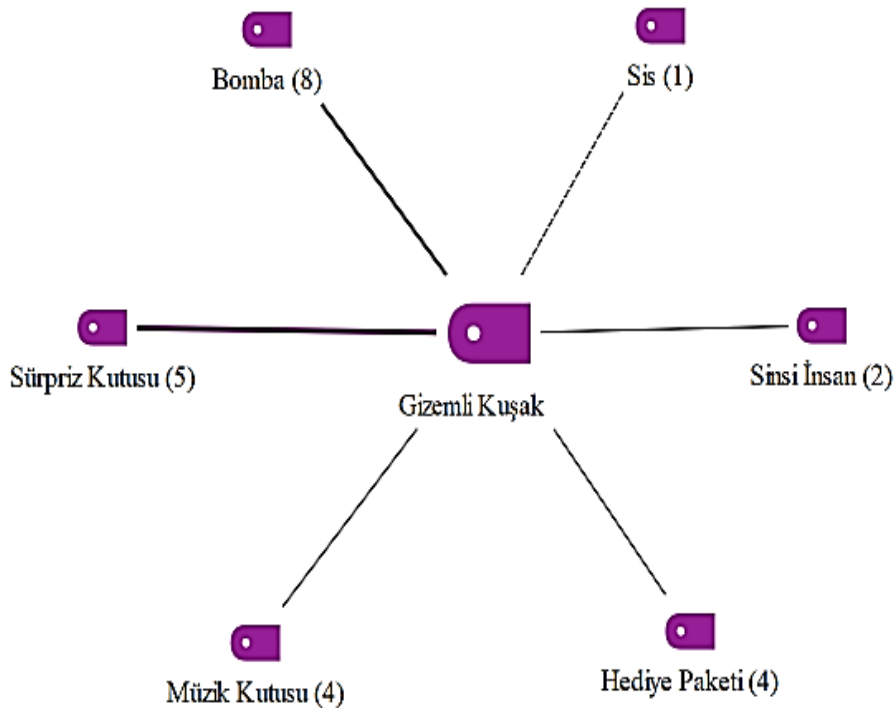
ÖA23: Z Kuşağı **tenekeye** benzemektedir. Çünkü Z kuşağı içinde bulunduğu teknolojik imkânlar, fırsatlar dünyasıyla çevrili dünyada kendini tüm toplumdan daha üstün ve ayırtırılmış bireyler olarak hissediyorlar. Bu yüzden kendi dışındaki bireylere eyvallah olmayan bir topluluktur.

ÖA85: Z Kuşağı **tilkiye** benzemektedir. Çünkü yararı olacak işlere canı gönülden sarılır, olmayacak işleri başkasının yararına olacağını bildiği halde bırakır.

ÖA135: Z Kuşağı **keçiye** benzemektedir. Çünkü inatçı bir nesildir.

8. Gizemli Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 24 metafor Şekil 9’da görüldüğü üzere, “Gizemli Kuşak” kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 9. Gizemli Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA128: Z Kuşağı **sürpriz kutusuna** benzemektedir. Çünkü sürekli bir hareket halinde ama yaptıkları şeyler hep aynı ve aynı şeyler. Söylenmekten başka da bir şey ortaya koydukları yok.

ÖA66: Z Kuşağı **sürpriz kutusuna** benzemektedir. Çünkü rengini çok belli etmemektedir.

ÖA64: Z Kuşağı **bombaya** benzemektedir. Çünkü ne zaman nerede patlayacağı belirsizdir.

ÖA297: Z Kuşağı **bombaya** benzemektedir. Çünkü patlayacağı anı kestirmezseniz.

ÖA39: Z Kuşağı **bombaya** benzemektedir. Çünkü davranışları değişken...ne davranış göstereceğini bilemiyorsunuz.

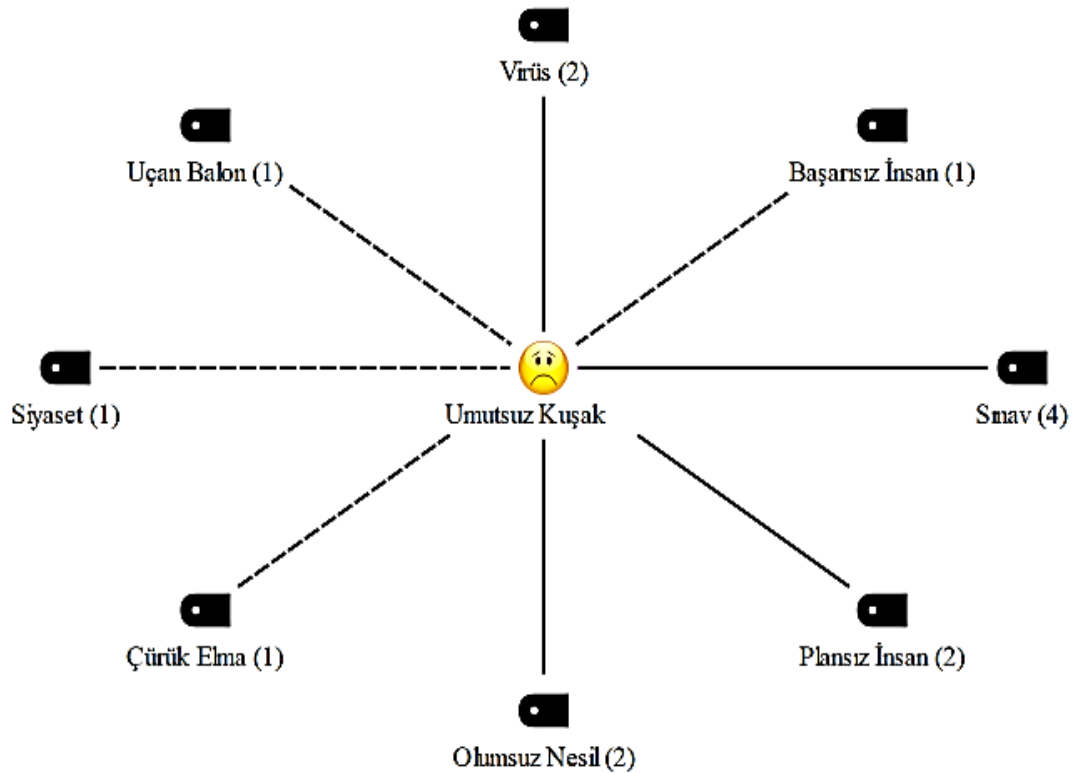
ÖA328: Z Kuşağı **sinsi insana** benzemektedir. Çünkü çok fenalar ve davranışları açık değil.

ÖA97: Z Kuşağı **hediye paketine** benzemektedir. Çünkü insanı merak içinde bırakırlar.

ÖA98: Z Kuşağı **hediye paketine** benzemektedir. Çünkü sürprizlerle dolular...

9. Umutsuz Kuşak kategorisine ilişkin metaforlar

Katılımcıların Z kuşağı kavramına ilişkin oluşturduğu 14 metafor Şekil 10'da görüldüğü üzere, "Umutsuz Kuşak" kategorisi altında toplanmıştır. Bu kategorideki katılımcı görüşlerinden bazı alıntılar aşağıda yer almaktadır.



Şekil 10. Umutsuz Kuşak - Kod-Teori Modeli

ÖA43: Z Kuşağı **sınava** benzemektedir. Çünkü hep başarısızlıklarla karşılaşıyorlar.

ÖA27: Z Kuşağı **sınava** benzemektedir. Çünkü yaşamları her zaman bir yarışın içinde olmaktadır.

Tartışmalar, Sonuç ve Öneriler

Araştırmada öğretmen adaylarının Z kuşağı kavramına ait sahip olduğu metaforlar dokuz kavramsal kategoride toplanmıştır. Bunlar; yenilikçi kuşak, farkındalığı yüksek kuşak, amacı olmayan kuşak, çeşitliliğe sahip kuşak, dijital kuşak, yönlendirilen kuşak, benmerkezci kuşak, gizemli kuşak ve umutsuz kuşaktır. Öğretmen adaylarının en fazla kullandıkları metaforlar; yenilikçi kuşak kategorisinde gelecek, farkındalığı yüksek kuşak kategorisinde zekâ küpü ve düşündürdür. Amacı olmayan kuşak kategorisinde hiçbir şey; çeşitliliğe sahip kuşak kategorisinde gökkuşağı ve dijital kuşak kategorisinde teknolojidir. Diğer kategorilere bakıldığında ise, yönlendirilen kuşakta robot; ben merkezci kuşakta şımarık çocuk; gizemli kuşakta bomba; umutsuz kuşakta sınava benzetilmiştir. Z kuşağının genel özellikleri ve katılımcıların kullandıkları metaforlardan hareketle şunlar söylenebilir: Z kuşağı teknoloji çağında yetişmiştir. Teknolojinin bütün olanaklarından yararlanmaktadır. Teknolojiyle iletişim içerisinde olması onun geleceğe yönelik planlarına, hedeflerine yansımaktadır. Bu kuşak kendilerini toplumun kalkınmasında önemli bir yerde görmektedir. Bilgiyi kullanarak topluma yararlı girişimlerde bulunacaklarına inanmaktadır. Karadoğan (2019) yapmış olduğu çalışmada Z kuşağının teknolojiye yatkın olduğunu belirtmektedir. Seymen'in (2017) belirttiği gibi teknoloji sayesinde Z kuşağı tüm dünya ile iletişim halinde olmaktadır. Çeşitliliği sevmektedir, farklı kültürleri tanımak (Taş ve Kaçar, 2019), onlar hakkında araştırmalarda bulunmak isterler. Erten'in (2019) farklı devlet liselerinde öğrenim gören öğrenciler ile yaptığı Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumları çalışmasında, bu kuşağın hem küresel hem de okuma yazma ve sosyal yönünün güçlü olmasına vurgu yapıldığı görülmüştür. Sosyal yanından kasıt Z kuşağın sanal ortamlardaki aktifliğidir. Z kuşağı sosyal medyayı çok iyi kullanmakta, doğuştan teknolojik donanıma (Csobanka, 2016) sahip olmaktadır. Bu sebeple teknolojiye bağımlı yaşamaktadır. Gökkuşağı metaforunda olduğu gibi çeşitlilik olan bir kuşaktır. Kırık ve Köyüstü'nün (2018) Z kuşağı konusunda yazılmış olan tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi çalışması bu metafordaki sonucu destekler niteliktedir. Çalışmada Z kuşağının çok farklı işlerle ilgilenebildiği, zamanı bu konuda yönettiği, iletişim kanallarını kullanarak (Levickaitė, 2010) kendisini rahat ifade ettiği görülmüştür. Nitekim araştırmada da katılımcılar kendilerini bu çeşitliliğin içinde gördükleri sonucuna ulaşmışlardır. Akduman ve Hatipoğlu'na (2021) göre, bunun nedeni Z kuşağı bireylerinin zihinsel yapısının önceki kuşaklardan bilgiyi farklı yapılandırması, çalışması ve olayları algılamasıdır. Yani bu kuşaklar çevreden gelen uyarıcılara bulundukları çağ itibarıyla farklı tepkiler vermektedir. Yapılan bu araştırma da öğretmen adayları Z kuşağının çevreyi ve bilgiyi daha kolay algıladıkları diğer kuşaklara göre daha duyarlı, farkındalığı yüksek bireyler olduklarını belirtmişler ve bunu zekâ küpü ve düşünür gibi metaforlarla açıklamışlardır.

Z Kuşağı farklı çevrim içi ortamlar sebebiyle en yalnız kuşak olarak ifade edilmektedir. Daha çok yalnızlıklarını sosyal medya ortamında kurmuş oldukları arkadaşlıklarla telafi etmektedir. Yalnızlıkları sonucu benmerkezci hareket etmektedir. Her şeyin merkezinde kendilerini görmektedir. En doğruyu onlar bilmektedir. Onlara yanlış gelen her bilginin başkasına da yanlış geleceğine inanmaktadır. Narsist bir kişilikleri (Seemliller ve Grace, 2019) bulunmaktadır. Bazen ne yapacakları belli değildir. Bu yönüyle gizemli bir kuşak olma özelliği göstermektedir. Değerler konusunda eksiklikler bulunmaktadır. Teknolojik ortamda kazandıkları bilgi ve beceriler onların değerlerini oluşturmaktadır. Buna karşın adaptasyon problemi yaşamamaktadır. Oyun hamuru gibi her ortama kolay uyum sağlamaktadır. Karadoğan'ın (2019) belirttiği gibi Z kuşağı başkalarının yönlendirilmesiyle bir işe başlamaktadır. Bu yönlendirmelerde teknolojiye etkili olmaktadır. Çünkü Z kuşağı, cep telefonları, mp3 çalarlar, video oyunları, DVD'ler, televizyon, hesap makineleri, Web, internet, kameralar ve video kameralara yabancı olmadıkları gibi hiçbir teknolojik araca yabancı

değillerdir. Çekirdek aile ortamında kendilerine ait bilgisayarları bulunmaktadır. Dijital bir nesil olması yönüyle özetle bu kuşakta güçlü aile yapıları bulunmamaktadır. Bunun yanı sıra X ve Y kuşaklarına kıyasla ailelerinde boşanma oranları fazla olan bir kuşaktır. Çok fazla işi bir arada yapmak istemektedir. Paylaşmaktan hoşlanmazlar. Empati duygularından yoksundurlar. Görsel belleklerini iyi kullanmaktadır. Sanal oyun tutkunudur. Doğuştan tüketici özellikleri bulunmaktadır. Birçoğu internet ortamında siber zorbalığa uğradığını belirtmektedir. Buna karşın birçok öğrenmesini internet ortamında gerçekleştirmektedir. Çok çabuk sıkıldıklarından teorik bilgiden ziyade uygulamalı bilgileri sevmektedir. İyi birer problem çözücüdür. Öz güvenleri yüksektir. Gelecek odaklı hareket etmektedir (Koç Akran, 2022; Williams ve Page, 2011). Günümüze bakıldığında, toplum nüfusu içinde Z kuşağı Türkiye'nin %17'sini oluşturmaktadır. Bu sebeple dönem aralığı henüz tanımlanmadığı için bu oran az görünmektedir (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014). Her ne kadar sayıları tam olarak belirlenmezse de bu kuşakların model alacağı insan sayısı teknoloji sayesinde fazladır (Koç-Akran, 2020).

Öneriler

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Z kuşağı hakkında öğretmen ve veli görüşlerinin alındığı karma çalışmalar yapılabilir.

Z kuşağının tercih ettiği meslekler incelenebilir.

Z kuşağı öğrencilerinin sahip oldukları çoklu zekâlar araştırılabilir.

Z kuşağının sanal ortamda kullandıkları iletişim kanallarına ilişkin nitel çalışmalar yapılabilir.

Z kuşaklarının kendilerine yönelik farkındalık düzeyleri araştırılabilir.

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Z kuşaklarının öğrenme tercihleri dikkate alınabilir.

Z kuşağının öz yeterlilikleri ve üst düzey düşünme becerileriyle ilişkili etkinlikler yapılabilir.

Z kuşağının öğretim süreçlerindeki etkinliklerde duyuşsal boyutu ön planda tutulabilir.

Araştırmanın etik yönü

Siirt Üniversitesi Rektörlüğü Etik Kurulu, 3.05.2023 tarihli, 604 sayılı oturumuna dayalı kararıyla alınmıştır.

Çıkar çatışması beyanı

Çalışmanın tüm yazarları bu çalışmada, sonuçları veya yorumları etkileyebilecek herhangi bir maddi veya diğer asli çıkar çatışması olmadığını beyan ederler.

Katkı oranı

Makalenin giriş, sonuç, özetler ve nitel verilerin şekilsel analizleri birinci yazar tarafından hazırlanıp yazılmıştır. Yöntem ve bulguların yazıya aktarılması ikinci yazar tarafından yapılmıştır. Bu çalışmaya ait veriler iki araştırmacı tarafından toplanmıştır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H. Z. ve Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakahılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19), 165-182.
- Akduman, G. ve Hatipoğlu, Z.(2021). Kim bu Z kuşağı?. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 5(9), s. 203-226.
- Altunbay, M. ve 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.
- Arabacı, İ. B. ve Polat, M. (2013). Dijital yerliler, dijital göçmenler ve sınıf yönetimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (47), 11-20.
- Ardıç, E. ve Altun, A. (2017). Dijital çağın öğreneni. *Uluslararası Sosyal Bilgilerde Yeni Yaklaşımlar Dergisi*, 1 (1), 12-30.
- Baltacı, A. (2019). Nitel araştırma süreci: Nitel bir araştırma nasıl yapılır?. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başaran-Koç, Y.(2017) .Sosyal bilimlerde örnekleme kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 47 (5), s. 480-495
- Bristow, J. (2015). *Baby boomers and generational conflict*. England:Palgrave Macmillan.
- Cilliers, E.J. (2016). The challenge of teaching generation Z. *PEOPLE: International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188-198.
- Csobanka, Z. E. (2016). The Z generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(2), 63-76. DOI: 10.1515/atd-2016-0012.
- Dolot, A. (2018). *The characteristic of Generation Z, “e-mentor”* s. 44–50, [http:// dx.doi.org/ 10.15219/em74.1351](http://dx.doi.org/10.15219/em74.1351).
- Ekşili, N., Ünal, Z. ve Batur, H.Z. (2014). İş yaşamında X kuşağı yöneticilerin algılama farklılıklarından kaynaklanan performans değerlemeleri üzerine bir araştırma. *EconWorld2014@Prague International Conference in Economics, Prague, Czech Republic September 03-05, 2014*
- Eckleberry-Hunt, J. & Tucciarone, J. (2011). The Challenges and Opportunities of Teaching “Generation Y”. *J Grad Med Educ*, December 2011; 3 (4): 458–461. doi: <https://doi.org/10.4300/JGME-03-04-15>.
- Ercömert, Ç. ve Güneş, S. (2021). Industrial design education: a research on generation theories and change in Turkey. *Design and Technology Education*, 26.3. 138-158.
- Erden Ayhün, S. (2013). Kuşaklar arasındaki farklılıklar ve örgütsel yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Erten P. (2019). Z kuşağının dijital teknolojiye yönelik tutumları. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(1), 190- 202
- İçme, T. , Yıldırım, T. & Büyük, U. (2022). Z kuşağı öğrencilerinin uzaktan eğitim algıları. *Erciyes Akademi*, 36 (1) , 82-102 . DOI: 10.48070/erciyesakademi.1028194
- Karadoğan, A. (2019). Z Kuşağı ve öğretmenlik mesleği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (2) , 9-41. DOI: 10.31463/aicusbed.597636

- Koç Akran, S. (2020). Türkiye’deki Z kuşakların eğitiminde ailenin rolü: Jean Jacques Rousseau’nun “Emile ya da eğitim üzerine” örneği. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2) , 79-100 . DOI: 10.31463/aicusbed.731696.
- Koç Akran, S. (2022). E-öğrenme ve öğrenci nitelikleri. (Eds. M. Ersoy, D. Kayahan Yüksel). (1.Baskı), *Öğretim Teknolojileri* (içinden: 201, 211-212). Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Kırık, A. M. ve Köyüstü, S. (2018). Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (2) , s. 1497-1518
- Koç-Akran, S. (2022). E-öğrenme ve öğrenci nitelikleri. (Editör: M. Ersoy, D. Kayahan Yüksel). *Öğretim Teknolojileri* (içinden: 190). Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Levickaite, R. (2010). Generations X Y Z: How social networks form the concept of the world without borders the case of lithuania. *Limes*, 3(2), 170-183
- Mahmoud, A.B., Fuxman, L., Mohr, İ., Reisel, W.D. & Grigoriou, N. (2021). We aren’t your reincarnation!” workplace motivation across X, Y and Z generations. *International Journal of Manpower* 42(1), 193-209.
- Mccrindle, M. & Wolfinger, E.(2009). *The ABC XYZ understanding the global generations*. Australia: A UNSW Press.
- Mücevher, M. H. ve Erdem, R. (2018). X kuşağı akademisyenler ile Y kuşağı öğrencilerin birbirlerine karşı algıları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9 (22) , 60-74.
- Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve kültürel değişme. *Çocuk ve Medeniyet*, 4 (7) , 125-149.
- Özkan, S. (2021). Dijital dönüşüm ekseninde kuşaklar arası sosyal medya kullanım pratiklerinin incelenmesi: *Facebook örneğinde iç erik analizi*. *Yeni Medya*, 10, 25-42.
- Pekel, B., Kaya, T., Çalışkan, F., Doğan, M., Öner, S., Kaya, T., Özyıldız, Z. ve Erbay E. (2020). Z kuşağı öğrencilerinin iş hayatı kişilik özelliklerinin ve iş beklentilerinin belirlenmesi: Ankara Üniversitesi örneği. *Sağlık Hizmetlerinde Kuram ve Uygulama Dergisi*, 1(1),1-9.
- Seemiller, C. & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Seemiller, C. & Grace, M. (2019). *Generation Z a century in the making*. New York: Routledge
- Seymen, A. F. (2017). Y ve Z kuşak insanı özelliklerinin Milli Eğitim Bakanlığı 2014-2019 stratejik programı ve TÜBİTAK Vizyon 2023 Öngörülerini ile ilişkilendirilmesi. *Kent Akademisi Dergisi*, 10 (32) , 467-489.
- Sezgin, K. ve Han, B. (2022). 21. yüzyıl öğrenenleri olarak Z kuşağı. (Editör: M. Gültekin, T. Yazar, B. Oral). *21. yüzyıl becerileri bakış açısından eğitim ve öğretimde farklı yaklaşımlar* (içinden:48, 53-55). Ankara: Pegem Akademi.
- Sladek, S. & Grabinger, A. (2014). *Gen Z. The first generation of the 21st Century has arrived!* https://www.xyzuniversity.com/wp-content/uploads/2018/08/GenZ_Final-dl1.pdf adresinden indirilmiştir.
- Taş, H. Y.ve Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z Kuşağı çalışanlarının yönetim tarzları ve bir işletme örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11 (18), 643-675.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (12. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksekbilgili, Z. (2015). Türkiye’de Y kuşağının yaş aralığı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(53), 259-267.

- Yüksekbilgili, Z. ve Akduman, G. (2015). Kuşaklara göre işkoliklik. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(19), 415-440.
- Williams, K. C. ve Page, Robert, A. (2011). Marketing to the generations. *Journal of Behavioral Studies in Business*, 3,1-17.
- Zhang, B., Mulhern, F.J., Wu, Y., Xu, M., Wang, W. & Gao, L. (2022). Thirty years and “I’m still Lovin’ it!”: brand perceptions of McDonald's among generation Y and generation Z consumers in China. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34 (5), 906-921. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2021-0132>.