

Citation: Özen, R.S., & Erkekli, S., & Yavuz, E., X, Y ve Z Kuşaklarının Kariyer Algılarına Yönelik Metafor Algıları Üzerine Bir Çalışma, BMIJ, (2020), 8(5): 4333-4363 doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i5.1561>

X, Y VE Z KUŞAKLARININ KARIYER ALGILARINA YÖNELİK METAFOR ALGILARI ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA

Rabia Seda ÖZEN ¹

Received Date (Başvuru Tarihi): 9/07/2020

Seda ERKEKLİ ²

Accepted Date (Kabul Tarihi): 31/10/2020

Ercan YAVUZ ³

Published Date (Yayın Tarihi): 25/12/2020

Çalışmada ilk yazar Sorumlu Yazar (Corresponding Author) rolündedir.

ÖZ

Anahtar Kelimeler:

Kariyer Algısı,
X, Y, Z Kuşakları,
Metafor

JEL Kodları:

Z00, Z13

Literatüre bakıldığında, doğum yılları, yaşanan ve öğrenilen dönemlerin sosyo-kültürel, sosyo-ekonomik, teknolojik ve daha birçok değişkene göre ayrılmış ve "kuşak" olarak tabir edilen bir kavramla karşı karşıya gelmekteyiz. Kuşak olgusu; hemen hemen benzer periyotlarda dünyaya gelmiş, benzer çağlarda, benzer şartlarda yaşamış ortak yükümlülüklerle sahip bireyler grubu şeklinde ifade edilmektedir. Bu kavramı daha detaylı incelemek, kuşak üyelerinin çalışmamızda konu edindiğimiz kariyer algılarını anlamamız açısından oldukça önem arz etmektedir. Kuşakların sınıflandırılmasında doğdukları yıl ve dönem faktörleri göz önünde bulundurulmuştur. Söz konusu faktörlerin, kariyer algısı üzerindeki etkisi araştırmanın problemi oluşturmaktadır. Araştırma, farklı kuşaklara mensup katılımcıların, kariyer algılarındaki farklılıklarını dört mevsim metaforu ile ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma Ankara ilinin Çankaya ilçesinde yaşayan 180 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Örneklem oluşturulurken araştırmaya katılacak katılımcıların yalnızca doğum tarihleri dikkate alınmıştır. Çalışmada verileri analiz etmek için araştırmacılar tarafından belirlenen ve dört mevsimden oluşan metafor grubu kullanılmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre; X, Y ve Z kuşaklarının kariyer algılarının, metafor sınırlaması yapılmasına rağmen, farklılıkları olduğu saptanmıştır. Söz konusu farklılıkların daha çok, metaforik benzetme yapılmasının nedeni açıklanırken ortaya çıktığı tespit edilmiştir.

Keywords: Career Perception Generations X, Y, Z Metaphor

JEL Codes: Z00 Z13

¹ Yüksek Lisans Öğrencisi, Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sedaozen5@gmail.com,

<https://orcid.org/0000-0003-1749-5460>

² Arş. Gör., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, seda.erkekli@hbv.edu.tr,

<https://orcid.org/0000-0003-2482-1121>

³ Doç. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ercan.yavuz@hbv.edu.tr,

<https://orcid.org/0000-0003-3696-4832>

EXTENDED ABSTRACT

A STUDY ON THE METAPHORES PERCEPTIONS TOWARDS THE CAREER PERCEPTIONS OF THE X, Y AND Z GENERATIONS

1.1. RESEARCH SUBJECT

In the first part of this study, the concept of generation, X, Y and Z generations, career concept, career perception and the concept of metaphor are tried to be explained. The data collection tool prepared by the researchers using the grouping called the four seasons metaphor was delivered to the people who met the study criteria and were asked to fill it. The collected data were analyzed and evaluated using the content analysis method. In the research, it is aimed to create a sample for three generations. The data collection tool was shared with an equal number of people from the X, Y and Z generations, and they were expected to be filled. Sixty people from each generation group contributed to the research by filling out the relevant data collection tool. The data collected from the sample groups living in the Çankaya district of Ankara province are expressed numerically with percentages. "Career for me.... Because" the sentences written after "because" in the measurement sentence were read and interpreted one by one by the researchers.

1.2. RESEARCH PURPOSE AND IMPORTANCE

The aim of the study was to observe how generational differences affect career perceptions by measuring the career perceptions of generations X, Y and Z within the framework of the four-season metaphor. To observe how the generations to which the participants belong revealed differences in their evaluation and perception of the concept of career, one of the four seasons metaphor were asked to be selected, and the reason for their preferences was expected to be explained. Thus, the reasons in the preferences of the participants of different generations were tried to be determined by the explanations made and different perspectives reflected in the preferences of the period were tried to be revealed.

1.3. CONTRIBUTION of the ARTICLE to the LITERATURE

In this study, career perceptions of 3 consecutive generations were measured with metaphor perspectives. Although there have been many studies on the x and y generations before, there are not many studies on the z generation. Thus, a perception emerged about the career perceptions of the generation z, who have just entered or will enter the business life.

2. DESIGN AND METHOD

2.1. RESEARCH TYPE

This study is a research article

2.2. RESEARCH PROBLEMS

In the study, only the career perceptions of the X, Y and Z generations were tried to be measured, and the points where they differ from each other were determined. Asking them to liken the career to one of the four seasons given and then to explain why they liken it to this season provided the required information to make comparisons.

2.3. DATA COLLECTION METHOD

Since the aim of the study was to try to measure the career perceptions of generations X, Y and Z within the framework of the four seasons metaphor, the data collection tool was used on different people in three generations. The research was applied to people living in the Çankaya district of Ankara province. Different characteristics such as personal characteristics, gender, profession, education status, employment status or title of persons other than their date of birth were accepted as fixed and were not requested in order not to receive extra personal data. By giving brief information about the data collection tool distributed to 30 people from each generation, it is aimed that the people who will participate in the study will contribute without being affected.

2.4. QUANTITATIVE / QUALITATIVE ANALYSIS

The content analysis method was used when analyzing the data. In this method, the first goal is to reach the relevant concepts and the relationships of these concepts with research. Because the researcher in the study gave metaphors, content analysis was used at the point of which metaphor was preferred and why. Domestically, people from generations X, Y and Z who participated in the research expressed why they chose the relevant metaphor and examined taking into account the sentences they used to express or the words they preferred.

2.5. RESEARCH MODEL

A phenomenological method was preferred in this study, which is one of the types of qualitative research. This method does not allow you to use it is one of the preferred methods for researching topics that have an idea about but are not in-depth knowledge. Phenomenology investigates the experiences that people have alone or together, how they place or shape them in their minds, that is, how they perceive phenomena, in what form they express them, what kind of assessments is a filter and the way they convey them.

2.6. RESEARCH HYPOTHESES

Career perceptions of generations x, Y and Z are different from each other.

3. FINDINGS AND DISCUSSION

3.1. FINDINGS as a RESULT of ANALYSIS

Generation X participants answered with the impact of the harsh environments in which their generations grew up and the necessity of their efforts. 80% compared it to the spring season, and 20% said winter. The predominant answer in Generation Y was spring with 70% and summer with 30%. However, it has been observed that there are causal or underlying differences between the two. In summary, they defined their career path with a volatile perception, intertwined with difficulties and beauty, and requires time and patience.

Generation Z has turned each season into a metaphor by creating a different graphic than these two generations. That shows that Generation Z has higher individual perceptions, unlike the other two generations. The effect of technology to reach fast information is very useful in Generation Z. They do not hesitate to dream.

3.2. HYPOTHESIS TEST RESULTS

As a result of the studies on the hypothesis, it has been observed that each generation member has different perceptions.

3.3. DISCUSSING the FINDINGS with the LITERATURE

The country where individuals were born and lived, the environment and family in which they grew up, economic and social structures, job opportunities, career paths, and education are all critical factors that will affect career perceptions. At this point, people should always try to see broader perspectives, and they should create their career plans not only by considering the conditions they are in but also by considering the opportunities that may exist around them. A positive career perception will positively affect the individual's career plan for the future. Being a member of a generation does not depend on the preference of individuals. For this reason, it cannot be said that we willingly and consciously accept every feature imposed by generations. Therefore, it is crucial to raise awareness of dynamics that are automatically loaded. A person who is aware of his / her dynamics can become a person who knows how to know himself and how to direct his / her career.

4. CONCLUSION, RECOMMENDATION AND LIMITATIONS

4.1. RESULTS of the ARTICLE

As a result, despite the metaphor limitation of the career perceptions of Generations X, Y and Z, differences can be observed. These differences occur actually when explaining the reason for the metaphorical analogy. It has been observed that people of the same generation define career with similar justifications or similar means, even if they choose different metaphors from each other. Again,

it has been observed that people of different generations define career with the same metaphors, but at the time of identification, they are based on other characteristics of seasonal metaphors. During the research, the indecision or different attitudes experienced by the participants when determining metaphors also reveal generational differences. Thanks to non-stop changes and developments, it is predicted that new generations and perceptions are pregnant with all kinds of differences.

4.2. SUGGESTIONS BASED on RESULTS

In order to obtain a more detailed result, it may be recommended that generations have experienced business life or evaluated within themselves in new research on the subject.

4.3. LIMITATIONS of the ARTICLE

There is a limitation on the metaphor by which individuals in generation X, Y and Z can express their career perceptions. People who were asked to evaluate through the four-season metaphor were asked to choose from a limited number of metaphors in order to analyze their metaphorical assessments on the same correct

The study aimed to observe how generational differences affect career perceptions by measuring the career perceptions of generations X, Y and Z within the framework of the four-season metaphor. To observe how the generations to which the participants belong revealed differences in their evaluation and perception of the concept of career, one of the four seasons metaphor were asked to be selected, and the reason for their preferences was expected to be explained. Thus, the reasons in the preferences of the participants of different generations were tried to be determined by the explanations made and different perspectives reflected in the preferences of the period were tried to be revealed.

The universe of the research is made up of individuals living in Cankaya district of Ankara province. In this study, which was prepared by targeting generations X, Y and Z, a sample focused on birth years was established. Each participant selected for the purpose of the research is expected to belong to a generation that is the subject of the research. Therefore, when selecting the geographical region where the research was conducted, the large number and diversity of people that could only be reached were taken into account. In this direction, "easy sampling method" was used from the purpose sampling methods in the research. It was aimed to participate in the study of an equal number of participants from each generation, and although it was the possibility to get support from a wider audience, it was limited to 180 people so that the workspace would not be too scattered. Sixty random participants were selected from each generation.

There is a limitation on the metaphor by which individuals in generation X, Y and Z can express their career perceptions. People who were asked to evaluate through the four-season metaphor were asked to choose from a limited number of metaphors in order to analyze their metaphorical assessments on the same correct. The content analysis method was used when analyzing the data. In this method, the first goal is to reach the relevant concepts and the relationships of these concepts with research. Because metaphors were given by the researcher in the study, content analysis was used at the point of which metaphor was preferred and why. Domestically, people from generations X, Y and Z who participated in the research expressed why they chose the relevant metaphor and examined taking into account the sentences they used to express or the words they preferred.

As a result, despite the metaphor limitation of the career perceptions of Generations X, Y and Z, differences can be observed. These differences occur mainly when explaining the reason for the metaphorical analogy. It has been observed that people of the same generation define career with similar justifications or similar means, even if they choose different metaphors from each other. Again, it has been observed that people of different generations define career with the same metaphors, but at the time of identification, they are based on other characteristics of seasonal metaphors. During the research, the indecision or different attitudes experienced by the participants when determining metaphors also reveal generational differences. Thanks to non-stop changes and developments, it is predicted that new generations and perceptions are pregnant with all kinds of differences.

In order to obtain a more detailed result, it may be recommended that generations have experienced business life or evaluated within themselves in new research on the subject.

1. GİRİŞ

Dünya'da sürekli bir değişim ve bu değişimle birlikte gelişim yaşanmaktadır. Bu iki kavramın, insanların yaşayış biçimlerinden, çalışma stillerine kadar çok büyük farklılıklar doğurmaya başladığı, uzun zamandır gözlemlenmektedir. Teknolojinin hızla gelişimi, farklı dönemlerde doğmuş, farklı dönemlerde yaşamış olan insanların yaptıkları faaliyetler üzerinde değişim yaşanmasında etkili olmaktadır.

Meydana gelen gelişmeler ile yaşanan zamanın koşullarına göre bireylerin seçimlerinde farklılıklar meydana gelmektedir. Bireylerin hayata bakış açıları, beklentileri, izlenimleri yaşadıkları döneme göre değişiklik göstermektedir. Bu değişimler noktasında kuşak olgusu karşımıza çıkmaktadır.

Kuşak olgusu, hemen hemen benzer periyotlarda dünyaya gelmiş, benzer çağlarda benzer şartlarda yaşamış ve ortak yükümlülüklerle sahip bireyler grubu şeklinde ifade edilmektedir (Aydın, Başol, 2014, s. 1).

Kuşak içerisinde yer alan bireyler, ait oldukları kültüre, yaşadıkları coğrafyaya ve sahip oldukları değerlere göre şekil almaktadır. Bu nedenden dolayı, kuşakların sahip oldukları nitelikleri anlama adına yaşadıkları kültürü, sosyal yaşantılarını incelemek gerekmektedir (Yelkikalan, vd., 2010, s. 500).

Keleş (2011)'e göre her kuşağın kişilik özellikleri farklılık göstermektedir. Bu farklılıklar, bireylerin hayata bakış açıları üzerinde etkili olmaktadır. Ortaya çıkan bu farklar, yaşamsal döngünün yıllar içerisinde meydana gelen değişimleri ile de açıklanabilmektedir. Tıpkı doğanın değişimi gibi, bireylerin buldukları kuşaklarda gösterdikleri özellikler de değişkenlik göstermektedir (Solmaztürk, Gürer, 2020, s. 1475).

X Kuşağı, 1960-1980 yılları arasında dünyaya gelmiş bireyleri kapsamaktadır. Bu kuşağın belirgin özellikleri arasında; özgür ruhlu, özgüvenli, sorgulayıcı, çalışma ve özel hayat arasındaki dengeyi sağlayan bir yapıya sahip olmaları bulunmaktadır (Bayramoğlu, 2018, s. 16).

Y Kuşağı ise, 1980-2004 yılları arasında dünyaya gelmiş bireyleri kapsamaktadır. Bu kuşaktaki bireylerin öne çıkan özelliklerini ise; iyi niyetli olmaları, kişisel gelişimlerine önem vermeleri, sosyalleşme güçlerinin yüksek olması oluşturmaktadır. Bunlara ek olarak kuşak üyeleri hem takım ruhu odaklı hem de

bireyci tavır sergileme gibi çelişkili davranışlar göstermektedirler (Çaycı, Karagülle, 2014, s.192).

Y Kuşağı, 2004 ve sonraki yıllarda doğan bireyleri kapsamaktadır. Bu kuşaktaki bireyler, diğer kuşaktakilere nazaran hayatlarını daha çok online ortamlarda geçirmekte ve genellikle teknolojik iletişimi kullanmaktadır (Bayramoğlu, 2018, s.16).

Metafor kelimesi, en genel tanımı ile, sözcüklere farklı anlamlar yükleyerek bir olguyu tanımlama, şeklinde ifade edilmektedir. Bir başka deyişle; bir kavramı asıl anlamının dışında, farklı kelimelerle zihnimize oluşan anlamını yansıtmaya olarak açıklanmaktadır (Güneş, Fırat, 2016, s.116).

Genel anlamda ise metafor; bilinen ile bilinmeyen olgular arasındaki kişilerin yaratıcılığına dayalı ilişki kurma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Geçit, Gencer, 2011, s.3).

Bu çalışmanın ilk bölümünde, kuşak kavramı, X, Y ve Z kuşakları, kariyer kavramı, kariyer algısı ve metafor kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Araştırmacılar tarafından belirlenen ve dört mevsim metaforu olarak adlandırılan gruplandırma kullanılarak hazırlanan veri toplama aracı, çalışma kriterlerini sağlayan kişilere ulaştırılmış ve doldurmaları talep edilmiştir. Toplanan veriler, içerik analizi yöntemi ile analiz edilerek değerlendirilmiştir. Araştırmada, üç kuşağa yönelik bir örneklem oluşturmak hedeflenmektedir. X, Y ve Z kuşaklarından eşit sayıda kişi ile veri toplama aracı paylaşarak, doldurulmaları beklenmiştir. Her bir kuşak grubundan altmış kişi, ilgili veri toplama aracını doldurarak araştırmaya katkıda bulunmuştur. Ankara ilinin Çankaya ilçesinde yaşayan örneklem gruplarından toplanan veriler, sayısal olarak yüzdelik oranlar ile ifade edilmiştir. “kariyer benim için gibidir çünkü” ölçüm cümlesinde “çünkü” den sonra yazılan cümleler araştırmacılar tarafından ayrıca okunarak tek tek yorumlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kuşak Kavramı ve Kuşakların Sınıflandırılması

Kuşak olgusu; hemen hemen benzer periyotlarda dünyaya gelmiş, benzer çağlarda benzer şartlarda yaşamış ve ortak yükümlülüklerle sahip bireyler grubu şeklinde açıklanmaktadır (Aydın, Başol, 2014, s. 1).

TDK'ya göre ise; kuşak kavramı "Yaklaşık yirmi beş, otuz yıllık yaş kümelerini oluşturan bireyler öbeği, göbek, nesil, batın, jenerasyon" olarak ifade edilmektedir. Tanımdan da görülebileceği üzere, aynı zaman dilimi içerisinde yaşamış, dolayısıyla birbirleri ile benzer problemleri yaşamış ve bu problemler ile mücadele etmiş, ortak kültürel miraslar üretmiş ve bırakmış, benzer sorumluluklar üstlenmiş ve sorumlulukları benzer yöntemler ile yerine getirmiş bireyler öbeğidir (Göksel, Güneş, 2017, s. 809).

Kuşakların sınıflandırılmasında yalnızca doğdukları yıllar değil; yaşadıkları dönem koşulları da dikkate alınmaktadır. Özellikle, dünya genelinde yaşanan önemli sosyo-kültürel veya sosyo-ekonomik olaylar, bireylerin yaşam idame yöntemlerini, davranış biçimlerini, algılarını yeniden şekillendirmiştir (Aşık, 2019, s. 2600). Böylelikle sınıflandırmalar yapılırken, yaşamsal faaliyetlerde birbirlerinden farklı yöntemler kullanan bireyler, her bir olay öbeğine farklı tepkiler veren gruplar, aynı sınıflandırma içerisinde tutulmuştur. Bu sınıflandırmalar yapılırken benzer davranış ve algı biçimleri sergileyen kişilerin, benzer yıllarda doğup, benzer dönemlerde yaşadıkları görülmüştür (Kuznek, Güzel, 2019, s. 2731).

Kuşakların sınıflandırılmasında, kuşakların hangi yıllarda yer alacağı, hangi kuşakta bulunacakları konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Yapılan araştırmalara göre, kuşakların günümüzdeki şeklini almasında yaşanan farklı durumların etkili olduğu ifade edilmektedir (Mert, Neslihanoglu, 2020, s. 929).

Kuşakların sınıflandırılması ihtiyacı, bireylerin üretim ve tüketim anlayışları, teknolojik koşulları, aile yapıları, çalışma koşulları ve tarzları, emeklilik süreleri, beslenmeleri, giyim tarzları, politika ve ekonomiye bakışları, sanat anlayışları ve iletişimleri üzerindeki farklılıklar ile birlikte ortaya çıkmıştır (Tekin, 2015, s. 42).

Her kuşağın yaşadıkları dünya tarafından şekillenen, kendine özgü farklı karakter özellikleri bulunmaktadır. Kuşaklar arasındaki bu farklılıkların önemli bir kısmının oluşumunda, toplumsal değişimler etkili olmaktadır. Bu değişimler ile daha eğitilmiş, yenilikçi, dijital çağa rahat uyum sağlayabilen bir nüfus meydana gelmektedir (Betz, Smith, 2019, s. 7-8).

Literatürde kuşaklar, beş ana kategoriye ayrılmıştır. Bunlar; "Sessiz Kuşak, Büyük Bebek Patlaması Kuşağı, X, Y ve Z "kuşağıdır (Ünal, 2017, s. 10). Bu çalışma,

X, Y ve Z kuşaklarının kariyer algıları üzerine yapıldığından, literatürde geçen diğer iki kuşak sınıfından detaylı olarak bahsedilmeyecektir. Bebek Patlaması ve Sessiz Kuşak olarak adlandırılan kuşaklarda bulunan kişilerin, şu anda yapılan araştırmaya katılmasının mümkün olamayacağı düşünülmektedir. Bundan dolayı, kuşak üyeleri araştırmaya dahil edilmemiştir. Diğer taraftan, birbirine en yakın dönemlerde dünyaya gelerek, yine birbirlerine en fazla temas etmiş olan 3 kuşak tercih edilmiştir. Bu tercih ile daha doğru ve karşılaştırılabilir bulgulara ulaşmak hedeflenmektedir.

Yabancı literatürdeki çalışmalara bakıldığında ise, en eski nesil grubu "Gelenekçiler"dir. Bu grup, "Gaziler veya Sessiz Nesil" olarak da adlandırılmaktadır. Ardından gelen bir diğer nesli ise "Bebek Patlaması" adı verilen kuşak oluşturmaktadır. Devamından ise X, Y ve Z kuşakları gelmektedir (Kraus, 2017: 5, Sakdiyakorn, Wattanachoroensil, 2017, s. 2).

Sessiz Kuşak, 1925-1945 yılları arasında doğmuş gruptan oluşmaktadır (Mücevher, Erdem, 2018, s.62). Söz konusu kuşak, "Savaş Kuşağı", "Yetişkinler", "Gelenekçiler" ve "Eski Askerler" gibi farklı isimler ile de adlandırılmaktadır (Tekin, 2015, s. 42). I.Dünya Savaşı'nın etkilerinin devam ettiği toplumlarda doğup, hayatta kalabilme mücadelesi içerisinde II. Dünya Savaşı'na giden bu süreçte dünyaya gelen kuşak üyeleri, çok fazla olay ile mücadele ettiklerinden kendi içlerinde bile yeni kuşaklar doğurabilecek çeşitliliğe sahiplerdir.

Günümüzün büyük anne ve büyük babaların oluşturduğu sessiz kuşağın bireyleri, araştırmacılar ve uzmanlarca "uyumlu" olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'de Cumhuriyet'in kuruluş yıllarında doğan bu kuşak, Cumhuriyet kuşağı olarak da adlandırılmaktadır (Gündüz, Pekçetaş, 2018, s. 92).

Sessiz kuşak üzerine yapılan çalışmalar ve araştırmalar neticesinde, genel özellik olarak tanımlanabilecek bir takım uzman görüşlerine ulaşmak mümkündür. Literatürde, sessiz kuşak ile ilgili özellikler şunlar olarak yer almaktadır (Tekin, 2015, s. 45);

- Savaş yıllarında doğup büyüdükleri için sadakat, fedakârlık, herkesin iyiliği için mücadele etme, çok çalışma gibi konularda oldukça özverilidirler.

- Yaşadıkları ekonomik sıkıntılı dönemler sebebiyle hayatın her alanında tedbirli ve sabırlı yaşamaktadırlar.

- Risk almaktan ve belirsizliklerden memnun olmamaktadırlar.
- Pragmatik ve disiplinlidirler.
- Otoriteye boyun eğmişlerdir, bu nedenle hukuk kurallarına ve diğer kurallara uyum sağlarlar.
- Güven sıkıntısı çektikleri için karar verme süreçlerinde çok etkin olamazlar ve özgüvenleri düşüktür.

Bebek patlaması kuşağı, sessiz kuşaktan hemen sonra gelen kuşaktır. Doğum yılları savaş yıllarının bitimiyle birlikte başlamakta ve bazı kaynaklarda doğum yılları 1946- 1964 olarak belirtilmektedir (Adıgüzel, vd., 2014, s. 171). Bebek Patlaması kuşağı; “Soğuk Savaş Kuşağı” veya “Ekonomik Büyüme Kuşağı” olarak adlandırılmaktadır (Metin, Kızıldağ, 2017, s.343). Diğer bir yandan bu kuşak, önce kendi çocuklarına, daha sonrada anne ve babalarına bakmışlardır. Bu nedenle “Sandviç Kuşağı” olarak da isimlendirilmektedirler (Kuznek, Güzel, 2019, s. 2732).

Savaşlar ve ekonomik buhranın bitmesiyle birlikte, insanların refahlarının artması kaçınılmaz olmuştur. Bu dönemde, birçok ülkenin de nüfus politikaları içinde doğum oranlarının artırılması hedeflenmiştir. Böylelikle, birçok aile bebek sahibi olmuş, dünyaya ve insanlığa yeni bir kuşak yetiştirmenin ilk adımlarını atmışlardır (Gündüz, Pekçetaş, 2018, s.93). Bebek sayılarındaki artışın, bir önceki döneme kıyasla oldukça yüksek bir fark ortaya çıkartması sebebiyle “Patlama Kuşağı” olarak adlandırılmaktadır (Arslan, Staub, 2015, s.6). Dünyanın en büyük kuşağı olarak da bilinmektedir. Yaşadıkları zaman dilimi, bu kuşakta bulunan bireylerin karakterlerinin şekillenmesinde etkili olmuştur (Glass, 2017, 99).

Sessiz kuşak kadar olmasa da, yine savaş yıllarının etkisinde büyümüş, zorlukları yaşayarak yetişmişlerdir. Bu durum hem yaşam tarzlarını etkilemiş hem de çalışma anlayışlarını şekillendirmiştir (Özer vd., 2013, s. 126). Bu kuşakta, şimdiye kadar yapılan çalışmalar neticesinde “işkolik” denebilecek düzeyde işlerine bağlı ve düşkün oldukları gözlemlenmiştir. Adeta “çalışmak için yaşa” anlayışı ile hareket etmişlerdir (Adıgüzel, vd., 2014, s. 174).

Bu kuşağı diğer kuşaktan ayıran en önemli özellikler; iyimser olmaları ve en zorlu süreçler geldiğinde bile pozitif yaklaşabilme kabiliyetine sahip olmalarıdır (Metin, Kızıldağ, 2017, s.344). İyimser yönlerini, çalışma hayatlarına da yansıtmayı

başarmış olan patlama kuşağı, kimliklerini ve kendilerini yaptıkları işler ile tanımlamaktadırlar. İşkoliklik kavramı, bu kuşak ile birlikte fark edilmeye başlamıştır (Arslan, Staub, 2015, s. 6).

Yapılan araştırmalar, bu kuşağın emekli olduktan sonrada çalıştığını göstermektedir. Ancak, emeklilik sonrası çalışma arzusunun tek sebebinin çalışmaya ve işe olan bağlılık olduğunu söylemek pek mümkün değildir. Sosyal hayatta kalabilmek, yalnızlaşmamak gibi iyimser tarafları ile krize buldukları çözümler de sebepler arasında gösterilmektedir (Metin, Kızıldağ, 2017, s. 344).

2.2. X Kuşağı

1965-1979 yılları arasında doğmuş olan bu kuşak, Bebek Patlaması kuşağının gölgesinde yetiştikleri için, bir önceki kuşağın izlerini taşımakla birlikte, farklılıklar da göstermektedir (Metin, Kızıldağ, 2017, s. 344). X Kuşağı adlandırması, Kanadalı yazar Douglas Coupland'ın 1991 yılında "Generation X: Talesfor an Accelerated Culture" adlı bir kitap yayınlanması ile yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Kuznek, Güzel, 2019, s. 2732).

Patlama kuşağının yaşadığı dönemdeki refah düzeyi düşünüldüğünde, onların yetiştirdikleri X Kuşağının daha rahat bir ortamda yetişmiş olması ve beraberinde kuşağa sinmiş bir rahatlık getirmesi beklenmektedir. Ancak, dönemsel tablo ve araştırmalar neticesinde gözlemlenenler, yaşanan sosyo ekonomik olaylar ışığında değerlendirildiğinde, tahminlerden farklı bir kuşak yapısını karşımıza çıkarmaktadır (Arslan, Staub, 2015, s. 7).

Patlama kuşağının yaşadığı kadar rahat bir hayat yaşamayan bu kuşak, ekonomik krizlere şahit olmuş, piyasalarda işten çıkarmalara maruz bırakılmışlardır. Dolayısıyla, zorluklarla mücadele etmek durumunda kalarak, kuşaklarında ortak birtakım tutumlar sergilemişlerdir (Mücevher, Erdem, 2018, s.63). Ekonomik koşullarının, anne ve babalarından daha kötü olması, kendilerini yetiştiren kuşaktan daha az parayı, daha zorlu şartlarda kazanmaları, X Kuşağını tedbirli ve kontrolcü bir kuşak haline getirmiştir. Bazı kaynaklarda "Kayıp Kuşak" olarak adlandırılan bu jenerasyon, gelecek kaygısını ve korkuları fazlasıyla yaşamaktadır. Bu nedenle, kariyerlerine ve çalışmalarına daha çok önem vermektedirler (Metin, Kızıldağ, 2017, s. 344).

X Kuşağı, teknolojik gelişmelerin bir kısmına şahit olmuşlardır. Kişisel bilgisayara sahip olma ile tanışan ilk kuşak olmasının dışında, siyasi olaylarda da daha aktif bir şekilde rol almışlardır (Gürbüz, 2015, s. 42).

Dünyada cinsiyet eşitliği gibi kavramlar, yine X Kuşağının yaşadığı dönemde tartışılmaya başlanmış, sağ-sol görüş gibi iki farklı siyasi ifade sivrilmeye başlamış, Türkiye gibi ülkeler de ise 1960 üniversite kuşağı etkin olmuştur. X Kuşağı, toplumdan farklı, hatta zıt denebilecek kadar ters görüşler ifade etmiştir (Demirkaya, vd., 2015, s. 189).

X Kuşağına mensup bireyler için saygınlık, önemli bir değerdir. Toplum içerisinde, alışılmışın dışında bir karakter yapıları bulunmaktadır. Bu karakterleri, kıyafet seçimleri, yaşam tarzları gibi konular üzerinde etkili olmaktadır. Sosyalleşme olgusu, bu kuşakta yer alan bireyler için büyük önem arz etmektedir. X Kuşağı bireyleri için eğitim, hayatlarının vazgeçilmez bir parçasıdır (Mücevher, Erdem, 2018, s. 63).

Genel olarak X Kuşağı, kendinden önceki kuşaklara göre kanaatkâr ve toplumsal olaylara, ya da oluşabilecek toplumsal sorunlara daha duyarlıdır. Yaşanan ekonomik ve toplumsal sıkıntılar nedeniyle belirsizliklerden hoşlanmaz, garantidir ve yaşanabilecek herhangi bir probleme karşı tedbirlidirler. Kurallara uyma konusunda hassaslardır. Öne çıkan özellikleri ise, çalışkan olmalarıdır (Aşık, 2019, 2600). Hırslı ve başarılı olmaları, bu grup üyelerinin dikkat çekici özelliklerindedir. İşleri ve aileleri arasındaki denge, bu kuşakta bulunan bireyler için önemli bir faktördür (Monterio vd., 2020, s. 337).

Bağımsız ve özgürlüklerine düşkün yaşamlar tercih etmekte, aşırı hiyerarşiden kaçmaktadırlar ve kendilerine güvenleri oldukça yüksektir. Bir önceki bebek patlaması kuşağına göre, yaşanan toplumsal olaylardan kaynaklı daha bireysel büyümüşlerdir. (Demirkaya vd., 2015, s. 189). Bu durum da, yaşam politikalarının üzerinde etkili olmuştur. Teknoloji ile tanışmış olduklarından, teknolojiye ilgili ve gelişime açık bir kuşaktır (Aydın, Başol, 2014, s. 1).

2.3. Y Kuşağı

1981-2000 yılları arasında doğmuş olan bu kuşağa, "Milenyum Kuşağı", "İndigolar", "Patlama Kopyası", "www Kuşağı", "Dijital Kuşak" gibi birden fazla

isim verilmiştir (Demirkaya, vd., 2015, s. 189).

Diğer bir yandan, her şeyi sorgulayan bu kuşağa “Why Kuşağı” da denilmektedir (Metin, Kızıldağ, 2017: 344). Adlandırılışlarından da görüleceği üzere, oldukça kendilerinden söz ettirmiş olan bu kuşak, teknoloji ile içli dışlı olmuş, hatta teknoloji ışığında büyümüştür (Özer, vd., 2013, s.126). Y Kuşağı, dijital dünyada yetiştirilen ilk nesildir. Bu kuşak üyelerinin, iş-yaşam dengesini kurma konusunda başarılı olduğu bilinmektedir (Waal, vd., 2017, s. 88).

Yaratıcı bir kuşak olan Y kuşağı, özgürlüğüne düşkün, teknolojik, var olan ekonomik güçlerini kullanarak hayatı yaşamayı hedefleyen ve hayattan zevk almak konusunda kararlı davranan bir kuşaktır (Metin, Kızıldağ, 2017, s.344). Sessiz kuşak, daha uyumlu ve kabullenen, bebek patlaması kuşağı daha refah düzeyi yüksek ve rahat, X Kuşağı ise gayretli ve çalışkan bir kuşak olma özelliği gösterirken, Y Kuşağı, öncekilerin edindiği ekonomik tecrübelerden bir çıkarım edinmişçesine, var olan maddi imkânlarla hayatı yaşamayı hedef edinmiştir. Herhangi bir şeyi kolayca kabul etmeyen, soru soran, merak eden, araştıran ve mantık bulana kadar bu aşamaları tekrarlayan kuşaktır (Adıgüzel, vd., 2014, s.174).

Teknolojinin giderek geliştiği, dijitalleşmenin arttığı, internete ulaşılabilirliğinin kolaylaştığı bir dönemde büyümüşlerdir. ABD-İrak Savaşları, 11 Eylül Saldırıları, ihtilaller, doğal afetler gibi birçok olumsuz olaya şahitlik etmişler, şiddet ve uyuşturucu gibi unsurların insan hayatında günlük ve sıradan şeylere dönüştüğünü izlemişlerdir (Tekin, 2015, s. 42)

İş yaşamlarında girişimci ve özgürlükçü ruha sahip olay Y Kuşağı bireyleri, yöneticileri tarafından tanınmak ve dinlenmek istemektedir. Kafalarına yatmayan her şeyi sormak istemektedirler. Yukarıda da bahsedildiği üzere, İngilizce okunuşu “why” ile aynı olan “Y” sembolü, kuşağın isim kaynağı olmuştur (Özer, vd., 2013, s. 126).

Büyüdükleri dönemin küreselleşme ile paralel olduğu düşünüldüğünde, kuşak üyelerinin, global bir bakış açısına sahip olduğunu söylemek mümkündür. Etnik kimliklere takılmadan, dünya geneline düşünmektedirler. Teknolojik gelişmelerin, bu bakış açısında etkin olduğu ve aynı zamanda bireylerde, istedikleri her bilgiye ulaşabilme inancı oluşturduğu gözlemlenmiştir (Mücevher, Erdem, 2018,

s. 63).

Eğitim düzeyleri genel itibariyle yüksek olmasına rağmen, soğuk savaş dönemine şahit olmamışlardır. Özgüvenleri yüksektir. Bedenleri ile ilgilidirler ve yine bu ilgi, spor ile alakalı olmalarını üzerinde etkili olmuştur (Demirkaya, vd., 2015, s.189).

2.4. Z Kuşağı

Doğum tarihi en yakın ve henüz bitişi sınırlandırılmamış olan Z Kuşağı, 2000 yılı ve sonrasında doğan bireylerden oluşmaktadır. Yani, Z Kuşağının en yaşlı bireyleri henüz 19 yaşındadır. Bu da birçoğu için öğrenciliğin devam ettiğini, iş hayatını henüz tatmadıkları algısını yaratmaktadır. Öyle ki, Z Kuşağı bireylerinin bir kısmını lise öğrencileri oluştururken, diğer bölümü ortaokul, ilkokul veya daha altında eğitim almaya devam etmektedir. Dolayısıyla, bu kuşağın iş yaşamları ile ilgili yapılan analizler çok verimli olmamıştır.

Z kuşağının dikkat çeken yönü, teknolojinin hızı içinde büyümüş olmalarından kaynaklı, bilgiye ulaşmaları noktasında diğer kuşaklardan çok daha hızlı olmalarıdır. Z Kuşağının aileleri teknolojiyle tanışık olsalar da evlatlarının hızına yetişme noktasında bocalamaktadır (Ünal, 2017, s. 22).

Bu kuşak bireyleri, tüketim için yaşamaktadır. Hayattan keyif aldıkları şeyler, onlar için önemlidir. İletişimlerini daha çok teknolojik mecralar aracılığı ile kurmayı tercih etmektedirler (Mücevher, Erdem, 2018, s. 64). Z Kuşağı üyeleri, teknolojik gelişmelere kolayca uyum sağlamaktadır. Sanal ortamlarda iletişim gücü yüksek bireylerdir (Bilonozhko, Syzenko, 2020, s. 126).

Genel olarak Z Kuşağı mensupları, grup çalışmasına çok uygun değillerdir. Özgüvenleri oldukça yüksektir ve bağımsızlıklarına düşkünlerdir. Bağımsızlıklarına olan düşkünlüklerinin, çalışma hayatlarına veya yöntemlerine yansıtacağı tahmin edilmektedir (Taş, vd., 2017, s. 1033).

Z Kuşağına mensup bireyler için kalite, önemli bir değerdir. Yeni şeyler ortaya çıkartmaktan keyif alırlar. İlgi odaklarında, keşfetmedikleri yeni şeyleri keşfetmek yer almaktadır. Hayatı anlık yaşamaktadırlar. Çok yönlü, analitik düşünme yeteneğine sahiplerdir. Diğer kuşaklara nazaran, daha bireyselci bir yaklaşım tarzı sergilemektedirler (Aşık, 2019, s. 2600).

Teknoloji, bu kuşak için adeta bir ihtiyaca dönüşmüştür. Dolayısıyla, lüks yaşam arzusu taşımaktadırlar. Hayatta her şeyin mümkün olabileceği algısına sahip olup, olmama ihtimali zihinlerinde kabul görmemektedir (Ünal, 2017, s. 22).

Şimdiye kadar olan bölümlerde, doğum tarihleri ve büyüdüğü yıllar dikkate alınarak ayrımı yapılmış olan kuşaklar anlatılmaya çalışılmıştır. Bir sonraki bölümde kariyer kavramı tanımlanarak, kariyer algısının ne olduğuna değinilecek ve X, Y ve Z kuşaklarının kariyer algıları metaforik bir çalışma ile analiz edilecektir.

2.5. Kariyer Kavramı

Kariyer olgusu, en genel ifade ile bireylerin hayatı boyunca iş ile ilişkili edindiği deneyimler olarak açıklanmaktadır. Bir başka açıklamaya göre kariyer kavramı; bireylerin yaşam süresi boyunca kendisini çalışma alanında geliştirmesi, farklı nitelikler kazanması şeklinde ifade edilmektedir. Bu yönü ile bireyin, işyerinde sahip olduğu mevkii ile ilgili gösterdiği davranışları kapsamaktadır (Tüz, 2003, s. 170- 171).

Kariyer kavramı, toplum içerisinde genellikle çalışma hayatı ile ilişkili bir kavram gibi görünse de aslında kişilerin karakterleri ile de ilişkilidir. Kariyer unsurunun temel aldığı nokta, insandır. Kariyer; bireylerin, A.Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan kademelere duydukları gereksinimleri karşılamaktadır (Dinçer, vd., 2013, s. 43-44).

Kariyer kavramı, iki yönüyle karşımıza çıkmaktadır. Bunlar; kişiler ve örgüt ile ilgili yönlerdir. Kişileri ilgilendiren yönü; bireylerin çalışma ortamı, konumu, misyonu ve vizyonu ile ilgili kavramları içermektedir (Taşlıyan, vd., 2011, s.233). Örgütsel yönünde ise; örgüt amaçları ön planda olan, bireysel amaçlarla birlikte hareket planı gerçekleştirip, gelişmeye yönelten ortak bir boyutu içermektedir.

Kariyer kavramının ifade ettiği anlam, kişiden kişiye değişkenlik göstermektedir. Kimisi için kariyer; işinde uzmanlaşma, kimisi için de kişisel gelişim için kullanılan bir basamak olarak anlam taşımaktadır (Özler, 2009, s. 343).

Kariyer anlayışı, örgüt ve çalışanları için farklı açılardan önemli bir anlam ifade etmektedir. Çalışanlar için kariyer kavramı; bireylerin kendilerini keşfetmeleri, değer yargılarının belirlenmesi, iş ortamındaki fırsat ve tehditler hakkında bilgi sahibi olunması, amaç ve hedeflerin belirlenmesi, bu amaç ve hedeflerin hayata

geçirilmesi için plan oluşturulması konusunda yardımcı olmaktadır. Örgüt açısından bakıldığında ise, örgütün ihtiyacı olabilecek niteliklere sahip çalışan kadrosunun oluşturulması açısından önem taşımaktadır (Sökmen, Aydın, 2016, s. 253).

Dünyadaki değişimlerle birlikte, bireylerin kariyer anlayışında da farklılıklar meydana gelmiştir. İçerisinde bulunan yaşam şartları, eğitim seviyesindeki farklılıklar, telekomünikasyon imkanlarındaki gelişmeler gibi etmenler, bireylerin kariyer anlayışında değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Günümüzde kariyer anlayışı, bireyi yenilikçiliğe ve uzmanlaşmaya yönlendiren bir güç haline gelmiştir (Özdemir, 2013, s. 267).

2.6. Kariyer Algısı

Kariyer algısı; kişilerin, toplumların, bir anlamda kuşakların karşılıklarına çıkabilecek fırsatları nasıl değerlendirmeyi amaçladıkları, yaşamlarını biçimlendirme çerçevesi içerisinde, kariyer kavramının onlar için ne ifade ettiği ve ortak çıkarımlarıdır. Genel anlamda kariyer söyleminin akıllara getirdiği unsurlar; kıdem ve ücret olarak karşımıza çıkmaktadır (Çetin, Karalar, 2016, s. 164).

Kariyer algısı, çok uzun bir süre boyunca bağlı bulunan örgüt içerisinde yıllarca çalışıp, yükselmek şeklindeydi. Ancak, günümüzün değişen ve gelişen şartlarında, eskileri şaşırtan radikal yeniliklerle karşılaşmaktadır. Bunlardan birisi de bugünün kariyer algısıdır. Bu genel algıya göre kariyer, bireylere tatmin edici bir iş etkinliğinde yer alma fırsatı sunarken hayattaki farklı amaçlarını elde etme beklentisini de karşılamaktadır (Öztürk, 2017, s.156). Bu da bireylerin kariyer ile ilgili konularda epey bir zaman ve enerji harcamalarına sebep olmaktadır.

Dolayısıyla, kariyer kavramının iş görenler açısından önem taşıyan bir konu olduğu açıktır. Ancak, iş gören ihtiyaçları ve iş yaşamının değişmesi ile birlikte kariyer kavramı da geleneksel kapsamından çıkmaktadır (Tüz, 2003, s.170-171).

Öyle ki, bir şirket veya kurum yerine pek çok şirket veya kurumda, bir sektör yerine pek çok sektörde çalışarak kişinin kendini çeşitlendirmesi ve yelpazesini geliştirmesi önem kazanmaya başlamıştır (Misican, Bedir, 2017, s. 80). Bireyler, mevcut rekabet ortamının içerisinde ne yapmak istediklerini sorgulamaya başlamış ve bu amaç doğrultusunda iş değişikliği yapma kararını geçmişe nazaran daha kolay ve hızlı bir biçimde almışlardır. Bilhassa özel sektörde karşımıza çıkan bu seri

değişimler, çok yönlü kariyer kavramından söz edilmesine de yol açmıştır (Çetin, Karalar, 2016, s.164).

Çalışma kavramında başlayan değişimler, kişilerin istihdama yönelik kararlarını değiştirmektedir. Kurumsal bağlılık, kurum vatandaşlığı gibi kurumsal değerler yerlerini, bireysel özgürlük gibi birey odaklı yaklaşımlara bırakmaktadır. Bu durum da geleneksel anlamda kariyer yaklaşımındaki işgücünün, firmanın değerlerini benimsemesi tavrını değiştirmektedir (Özdemir, vd., 2016, s.116).

Bilginin ve dolaşımın hız kazandığı günümüz koşulları, yaşam boyu öğrenmeyi zorunlu kılmaktadır. En nihayetinde bu durum, kariyer kalıplarını farklılaşmasına, çeşitlilik göstermesine ve dinamik bir yapıya sahip mesleklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Misican, Bedir, 2017, s. 83).

Neticede kariyer algısını incelediğimizde, her bireyin yaşadığı dönemle doğru orantılı bir biçimde, söz konusu dönem koşullarına ve bu koşullara bağlı olarak iş yaşamlarındaki farklı özellikleriyle paralel değişkenlik gösterdiği görülmektedir.

Yapılan araştırmada, X, Y ve Z kuşaklarının kariyer algıları ölçümlenmeye çalışılmıştır. Bilindiği üzere, X, Y ve Z kuşakları doğup büyüdüğü sosyo- ekonomik koşulların da etkisiyle iş yaşamlarında farklı tutum ve tavırlar sergilemiş, dolayısıyla farklı kariyer yollarını tercih etmişlerdir. Ancak bu kuşakların sahip oldukları kariyer algıları, tam olarak tespit edilememiştir. Araştırma kapsamında her bir kuşağın kariyer algısı, dört mevsim metaforu ile ölçülmesi amaçlanmıştır. Metafor ile ilgili detaylara, araştırma kapsamında bir sonraki bölümde yer verilmiştir.

2.7. Metafor

Yunanca kökenli bir sözcük olan metafor; bir şeyi başka bir şeyle anlatmak anlamına gelmektedir. Bu anlamda meta; öte ve pherin; taşımak anlamlarında kullanılmaktadır. TDK' nın mecaz şeklinde tanımladığı bu kavram, yaşamın olmazsa olmazlarından. Öyle ki, metaforların yarattığı sosyal gerçeklikler, eylemlerimiz için birer kılavuza dönüşebilmektedir.

Metaforun bütünüyle kavrayamadığımız şeyleri, duygularımızı, estetik tecrübelerimizi, ahlaki pratiklerimizi ve ruhsal bilincimizi kısmen kavramaya çalışmanın en önemli araçlarından biri olduğu ifade edilmektedir (Güneş, Fırat, 2016, 116). Bilişsel dilbilimci George Lakoff ve liberal sanatlar ve bilimler profesörü Mark

Johnson'un çalışmalarına göre, tam olarak ifade edilemeyen bir benzerliği ifade etmek için ya da bir şeye atıfta bulunmak maksadıyla metafora başvurulmaktadır (Güveli, vd., 2011, s. 140). Öte yandan, metaforlar kimi zaman belli konularda tartışmayı genişleterek, insanların o konularla ilgili düşüncelerini de etkileyebilmektedir. Metaforlar, anlatılmak istenilen sözcüklerin tasarımında en güçlü araç olarak karşımıza çıkmaktadır (Kahlon, Fujii, 2020, s. 223).

Metafor, dili anlamak için vazgeçilmez bir olgudur. Metaforda, insanlar tarafından söylenmek istenilen birçok şey, genellikle soyut kavramları çağrıştırmaktadır. Bu nedenle, metaforik dil kullanımı ile karşı tarafa verilmek istenen mesajlar daha detaylı bir biçimde aktarılmaktadır (Oliveria, 2020, s. 873). Bireyler, hayal güçleri ve yaratıcılıklarını kullanarak anlatmak istedikleri kavramları, metafor yolu ile karşı tarafa aktarmaktadır. Bireylerin yaşam tarzları, kurdukları metaforlar üzerinde etkili olmaktadır (Yılmaz, vd., 2020, s. 116).

Arslan ve Bayrakçı'ya (2006) göre metafor kavramı, kişilerin iç dünyalarını ifade etmelerine ve şekillendirmelerine yönelik bir zihin haritası olarak ifade edilmektedir. Bireyler, aynı kavrama metafor yolu ile farklı anlamlar yüklemektedir. Yükladıkları bu anlamlarda, yaşadıkları çevrenin önemli bir etkisi bulunmaktadır (Geçit, Gencer, 2011, s. 3).

Bir dili konuşmak, bir kültüre ait olmaktır. Metafor kullanımı, insanların dahil olduğu kültürü büyük ölçüde yansıtmaktadır. Kültür metaforun anlaşılmasında ve yaratılmasında büyük bir rol oynamaktadır. Kültürel yönlerle bağlı olarak metaforlar, farklı anlamlar taşımaktadır (Oliveria, 2020, s. 874).

Dili anlamlandırabilmekte elzem sayılan metaforda, bir ifadenin iki farklı konusu bulunmaktadır. Bunlar; asıl nitelikte olanlar ve yardımcı nitelikte olanlardır. Söz gelimi; "Yaşam bir yolculuktur." metaforunda "yaşam" asıl konuyken, "yolculuk" yardımcı niteliğinde kullanılmaktadır. Bu noktada metafor kullanmanın maksadı, yardımcı nitelikteki kavram ya da konunun özelliklerini, asıl kavram ya da konuda yaşatmak, bir anlamda ona uyumlandırmaktır (Karaçam, Aydın, 2014, s. 549). Anlatımda asıl kavram ya da konunun esas amaç olduğunu, yardımcı kavram ya da konunun yalnızca belli özelliklerinin vurgulandığını, konu bütünlüğünü sağlamanın önemi açısından hatırlatmakta yarar vardır (Güneş, Fırat, 2016, s. 116).

Tüm bunlara ek olarak yapılan araştırmalar, kaynak ile hedef arasındaki benzerlik derecesinin metaforların kabiliyet ve yorumlanabilirliği ile pozitif yönde bir ilgi olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada; X, Y ve Z kuşaklarında kariyer algısı incelenmektedir. Araştırmadan elde edilen verilerin anlamlarını vurgulamak ve farklı biçimlerde yeniden anlamlandırmak maksadıyla dört mevsim, metafor olarak kullanılmıştır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma 2019 yılı içerisinde, belirlenen örneklem üzerinden araştırma yapılması ve verilerin, veri toplama aracı ile toplanması neticesinde ortaya konmuştur. 2019 yılının Nisan ve Mayıs aylarında verilerin toplanmış olması ve çalışmanın 1 Ocak 2020'den önce tamamlanmış olması sebebiyle etik kurul izin belgesine gerek duyulmamıştır.

Bu bölümde yapılan çalışmanın, araştırma yönteminden analiz edilmesine kadar olan tüm süreç, detaylı bir şekilde ele alınmıştır. İlk olarak araştırmanın amacından bahsedilerek, seçilen çalışma konusunun neden seçildiğine yer verilmiştir. İkinci başlık olan "Araştırma Modeli"nde, yapılan çalışmanın, hangi araştırma modeline göre analiz edildiği açıklanmıştır. Tercih edilen fenomenolojik araştırma modelinin tercih edilme sebebi ve özellikleri vurgulanmıştır. Bir diğer başlıkta ise, çalışmaya katkı sağlayacak olan evren ve örneklemin tespit edilmesi, seçilen evren ve örneklemin neden tercih edildiği açıklanmıştır. "Çalışma Grubu ve Veri Toplama Aracı" başlığı ile, örneklem daha detaylı olarak anlatılmıştır. Kaç katılımcının katıldığı, katılımcıların hangi veri toplama aracını kullandıkları, veri toplama aracının nasıl belirlendiği ve hazırlandığı ile ilgili bilgiler aktarılmıştır. Son olarak ise, toplanan verilerin hangi yöntemler kullanılarak nasıl analiz edildiği, sonuçların nasıl ortaya konduğu belirtilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı X, Y ve Z kuşaklarının kariyer algılarını dört mevsim metaforu çerçevesinde ölçümleyerek, kuşak farklılıklarının kariyer algılarını nasıl etkilediğini gözlemlemektir. Katılımcıların ait oldukları kuşakların, kariyer kavramını değerlendirme ve algılamalarında nasıl farklar ortaya koyduğunu gözlemlemek için dört mevsim metaforundan birinin seçilmesi istenmiş ve

tercihlerinin nedeninin açıklanması beklenmiştir. Böylece, farklı kuşaklara ait katılımcıların tercihlerindeki nedenler, yapılan açıklamalar ile saptanmaya çalışılmış, dönemin tercihlere yansıttığı farklı bakış açıları ortaya konmaya çalışılmıştır.

3.2. Araştırmanın Modeli

Nitel araştırma türlerinden olan bu çalışmada Fenomonolojik yöntem tercih edilmiştir. Bu yöntem; hakkında fikir sahibi olunan ancak derinlemesine bilgi sahibi olunmayan konuları araştırmak için tercih edilen yöntemlerden biridir. Fenomonoloji, insanların tek başlarına veya birlikte edindikleri deneyimleri, kendi zihinlerine nasıl yerleştirdiklerini veya şekillendirdiklerini, yani olguları nasıl algıladıklarını, hangi biçimde ifade ettiklerini, ne tür değerlendirmeler ile süzdüklerini ve bunları aktarış biçimlerini araştırmaktadır.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Ankara ilinin Çankaya ilçesinde yaşayan bireyler oluşturmaktadır. X, Y ve Z kuşakları hedef alınarak hazırlanan bu çalışmada, doğum yılları odaklı bir örneklem oluşturulmuştur. Araştırmanın amacı doğrultusunda seçilen her bir katılımcının, araştırmaya konu olan bir kuşağa mensup olması beklenmektedir. Bu nedenle, araştırmanın yapıldığı coğrafi bölge seçilirken, yalnızca ulaşılabilecek insan sayısının fazlalığı ve çeşitliliği göz önünde bulundurulmuştur. Bu doğrultuda araştırmada, amaçlı örneklem yöntemlerinden “kolayda örnekleme yöntemi” kullanılmıştır. Her kuşaktan eşit sayıda katılımcının çalışmaya katılması hedeflenmiş, daha geniş bir kitleden destek almak imkânı olmasına rağmen çalışma alanının çok dağılmaması için 180 kişi ile sınırlı tutulmuştur. Her bir kuşaktan rastgele 60 katılımcı seçilmiştir. Daha fazla metafor tercihinin ulaşabilmek ve her bir tercihin neden yapıldığını analiz etmenin geniş bir örnekleme değerlendirilmesi hedeflendiğinde, her bir kuşak için 60 kişilik örneklem oluşturulmuştur. Elbette katılımcı sayısı arttırılabilir, fakat çalışmanın amacına yönelik bir sonuç elde edebilmek için her bir kuşak için 60 katılımcının seçilmesinin yeterli olduğu gözlemlenmiştir. Kuşak mensubu katılımcıların benzer seçimler yapması 60 katılımcı ile gözlemlenebilmiştir.

3.4.Çalışma Grubu ve Veri Toplama Aracı

Çalışmanın amacı, X, Y ve Z kuşaklarının kariyer algılarını, dört mevsim metaforu çerçevesinde ölçmeye çalışmak olduğundan, üç kuşakta bulunan farklı insanlar üzerinde veri toplama aracı kullanılmıştır. Araştırma, Ankara ilinin Çankaya ilçesinde yaşayan kişiler üzerinde uygulanmıştır. Kişilerin doğum tarihi dışındaki kişisel özellikleri, cinsiyetleri, meslekleri, eğitim durumları, çalışma durumları veya unvanları gibi farklılaşan özellikler sabit kabul edilmiş ve fazladan kişisel veri almamak amacı ile talep edilmemiştir. Her kuşaktan otuzar kişiye dağıtılan veri toplama aracı hakkında kısa bir bilgi verilerek, çalışmaya katılacak kişilerin etki altında kalmadan katkı sağlamaları hedeflenmiştir.

X, Y ve Z kuşağındaki bireylerin kariyer algılarını, hangi metafor ile ifade edebileceği hususunda bir sınırlama yapılmıştır. Dört mevsim metaforu üzerinden değerlendirme yapmaları istenen insanların, metaforik değerlendirmelerini aynı doğru üzerinde analiz edebilmek için sınırlı sayıda metafor içinden tercih yapmaları talep edilmiştir.

Dört mevsim, herkesin şahit olduğu, hemen her yıl tekrarlı bir şekilde yaşadığı, hafızalara kazındığı olgulardandır. Dolayısı ile örnekleme katılan herkes, dört mevsimin de temelde hangi özellikleri ile varlık gösterdiğini bilmektedir. Dört mevsimin, bilinirliği olan dört kavram olması, çalışmanın objektifliği açısından önem taşımaktadır. Eğitim durumu, yaş, cinsiyet, işe sahip olma veya olmama, medeni durum, doğduğu yer gibi, daha da ekleme yapabileceğimiz birçok dinamik değişiklik gösterse bile, Ankara ilinin Çankaya ilçesinde yaşayan ve örnekleme katılımcı olarak dahil olan herkes, dört mevsim hakkında bilgi sahibidir. Katılımcıların isteği dahilinde olsa da olmasa da sonbahar, kış, ilkbahar, yaz mevsimlerinin her birini yaşamış ve mevsimler hakkında doğal deneyimler edinmişlerdir. Hemen hemen herkesin aklında mevsimler ile ilgili algılar mevcuttur. Dolayısıyla katılımcıların, kariyer gibi bir kavramı sürekli tanıklık ettikleri dört mevsim ile ilişkilendirmeleri daha kolay olacaktır. Kişilerin kariyer algılarını, mevsimsel olaylar, çabalar veya uzunluklar ile eşleştirmeleri daha mümkün görünmektedir. Her bir mevsimin öncesi ya da sonrası, mevsim içinde yaşanan güzellikler veya zorluklar gibi zıtlıkları da düşünme ihtimalleri, metaforlar arasında

yapacakları tercihleri etkileyecektir.

Veri toplama aracının başında, çalışmanın hangi amaç ile yapıldığı konusunda katılımcı bilgilendirilmektedir. Yazılı bilgilendirmenin dışında, araştırmayı yapmakta olan ve veriyi örneklem kişisine sunan araştırmacı, sözlü olarak da araştırmanın amacından bahsetmektedir. Devamında katılımcının doğum tarihi sorularak, ait olduğu kuşak tespit edilmiştir. Doğum tarihi açık uçlu bir soru ile sorulmuş ve kişilerin tam tarih olarak ifade etmesi beklenmiştir.

Her bir kuşak mensubuna, hazırlanan yarı yapılandırılmış formlar verilerek cevaplama istenmiştir. Söz konusu araştırma formunda 2 soru bulunmaktadır. İlk soru, kişinin hangi kuşak mensubu olduğunu ölçmeye yöneliktir. Bu soru şu şekilde sorulmuştur. “Doğum yılınız nedir?” İkinci soru ise, katılımcının tercih ettiği metaforu tespit ederken, bu tespiti neden yaptığını ölçümlemeyi hedeflemektedir. Bu soru şu şekilde ifade edilmiştir: “Aşağıdaki cümleyi size verdiğimiz 4 mevsimden birini seçerek, size en uygun biçimde tamamlayınız.” Katılımcılardan tamamlamasını beklediğimiz cümle ise şu şekildedir; “Kariyer benim için gibidir. Çünkü” Cümlenin ilk bölümünde katılımcı, verilen ilkbahar, yaz, sonbahar, kış mevsim metaforlarından birini seçerek, ikinci bölümde neden bu tercihi yaptığını açıklamaktadır.

3.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizi yapılırken içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde ilk amaç, ilgili kavramlara ve söz konusu kavramların araştırma ile ilişkilerine ulaşmaktır. Kelimelerin ve cümlelerin çok önemli olduğu sosyal bilimlerde içerik analizi, tek bir tanıma sahip değildir. Yapılan literatür taramaları sonucu içerik analizi yöntemini şu şekilde tanımlamak mümkündür; “İçerik analizi burada, mesajın bilimsel analizi anlamına gelmektedir” (Koçak, Arun, 2013, s. 229).

Araştırmada metaforlar araştırmacı tarafından verildiği için içerik analizi, hangi metaforun neden tercih edildiği noktasında kullanılmıştır. Betimsel olarak araştırmaya katılan X, Y ve Z kuşaklarından olan kişilerin, neden ilgili metaforu seçtiklerini ifade etmiş ve ifade ederken kullandıkları cümleler veya tercih ettikleri kelimeler dikkate alınarak incelenmiştir.

Çalışmaya katılan her bir kişinin, veri toplama aracı üzerinden verdiği cevaplar kaydedilerek analiz edilmiştir. Her bir kuşak için ayrı ayrı hesaplama yapılmıştır. Her kuşak için, hangi mevsimi kaç kişinin yazdığı yüzde olarak hesaplanmış, verilen cevaplar kuşak özellikleri ve kariyer algıları ile ilişkilendirilmiştir. Araştırmanın bir kısmında yüzde hesabı ile sayısal veriler ortaya konmuş ikinci kısmında ise her bir kuşağa ait katılımcıların cevabı içerik analizi yönteminde incelenmiştir. Bu yöntem gereğince, kullanılan kelimeler uzmanlarca analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Tablo 1’de yer alan araştırma sonuçlarına göre; kaç kişinin hangi mevsimi seçtiğine yer verilmiştir. Tercihler, rakamlar ile gösterilirken, hiç kullanılmayan mevsim olması halinde sıfır ile ifade edilmektedir.

Tablo 1. X, Y ve Z Kuşaklarının Metaforlara Göre Kariyer Algılarının Dağılımı

	İLKBAHAR	YAZ	SONBAHAR	KIŞ
X KUŞAĞI	48	0	0	12
Y KUŞAĞI	42	18	0	0
Z KUŞAĞI	18	12	18	12

Tablo 1 de yer alan sayılar, her bir kuşak için ayrı ayrı oransal olarak hesaplanmıştır. X kuşağının %80’i ilkbahar derken, %20 si kariyeri kışa benzetmiştir. X kuşağında kariyeri ilkbahara benzetenler genel olarak, ilkbaharın yenilikleri beraberinde getirmesi, yağmurlu bir mevsim olmasının verimliliği ifade etmesi, coşkulu oluşu ve sonunun yaz olması ile ilişkilendirmişlerdir. Çabayı temel alarak bu dönemde emek harcanması gerektiğini belirtmişlerdir. Diğer taraftan, ilkbahar mevsiminin kişilerde heyecan yaratması, kariyer için heyecanlanan bir kuşağın varlığına işaret etmektedir. Kış mevsimine benzeten kuşak mensupları ise, daha çok kış aylarının fırtınalı oluşu, yoruculuğu, fakat sonunda baharın gelecek olmasından kaynaklı bu metaforu seçtiklerini belirtmişlerdir. Yine kullandıkları metaforlarda,

çekilen tüm güçlüklerle rağmen ulaşılabilir bir mevsimsel güzelliği vurgulayan bu kuşak, kariyeri pozitif anlamlar yükleyerek metafor haline getirmiştir. X kuşağının veri toplama araçlarında şu ifadelere rastlamak mümkündür;

“Kariyer, benim için ilkbahar gibidir. Çünkü, ilkbahar gibi daima yenilikçi bakışları ifade eder.”

“Kariyer, benim için ilkbahar gibidir. Çünkü, insanın en üretken olduğu dönemleri içerir kariyer. İlkbahar da en üretken mevsimdir.”

“Kariyer, benim için ilkbahar gibidir. Çünkü kariyer sürekli yeni bir adım, yeni coşkulu yollar demektir. İlkbaharda coşkuyu hatırlatır.”

“Kariyer, benim için kış gibidir. Çünkü bizim hayatlarımızda kış gibi fırtınalıdır. Bugünden yarına ne olacağını bilemeyiz. Ama bahar gelsin diye daima çalışırız.”

“Kariyer, benim için kış gibidir. Çünkü başarı zor elde edilir”

Y Kuşağının %70'i kariyeri ilkbahara, %30'u yaza benzetmiştir. Yaz mevsiminin bunaltıcı ve yorucu olmasının yanında en sevilen mevsim olduğundan bahsederken, sürekli aydınlık bir mevsim olması da kariyer ile bu metaforu bağdaştırmalarını sağlamıştır. X kuşağının çoğu kariyeri ilkbahara benzetirken, uyanış, büyüme, üretme, yeşillenme, coşku ve keşif gibi kavramları kullanmışlardır. Metafor seçiminde daha aydınlık olan mevsimleri seçen Y kuşağı, ilkbahar ve yaz gibi mevsimlerin bereketli oluşunu ve özgürlük barındırdığını da vurgulamışlardır. Y kuşağının kullandığı cümlelerin bazıları şunlardır;

“Kariyer, benim için ilkbahar gibidir. Çünkü hem beslenerek büyüme hem de uyanış mevcuttur. Doğanın uyanışı kişinin iş yaşamıyla yeni yeni tanışması dönemine benzer. Yağmurda bu mevsimde toprağı besler tıpkı bilgi ve deneyimin insanı beslediği gibi.”

“Kariyer benim için, ilkbahar gibidir. Çünkü ilkbahar daima yenilik, enerji, çaba, neşe gibi kavramları barındıran bir mevsimdir. Kariyer de tıpkı ilkbahar gibi yenilikleri beraberinde getirir.”

“Kariyer benim için, ilkbahar gibidir. Çünkü öncesi soğuk sonrası sıcaktır. Yani dengesiz ve belirsizdir. Zaman geçtikçe güzelleşir.”

“Kariyer benim için, yaz gibidir. Çünkü yaz gibi bunaltıcı ve yorucu bir süreçtir.”

Y Kuşağının kariyeri mevsim metaforlarına benzetmeleri, daha dengeli bir dağılım göstermiştir. Verilerin toplandığı süreçte gözlemlenenler arasında bu kuşağın kariyer algılarının, henüz tam oturmadığı ve netlik kazanmadığı da vardır. Yaşları itibari ile henüz iş hayatına tam anlamıyla girmiş olmamaları, kariyer algılarındaki kararsız seçimlerinin sebeplerindedir. Kariyer, bu kuşak tarafından %30 ilkbahar, %30 sonbahar, %20 kış ve %20 yaz mevsimine benzetilmiştir. Kariyer algıları, daha bireyci ve özgürlükçü olmalarından kaynaklı biraz daha olumsuzdur. Bu nedenle, mevsimlerden birini tercih etme anında kararsızlık yaşadıkları gözlemlenmiştir. Kariyeri bir mevsim ile ilişkilendirdikten sonra, gerekçelerini açıklamakta sınırlı kelimeler kullanmayı tercih etmişlerdir. Seçtikleri metaforlara yönelik nedenlerini nispeten daha keskin cümleler ile ifade ederken, mevsimlerin en güçlü ve belirgin özelliklerinden söz etmişlerdir. Mevsim metaforunu seçtikten sonra şu ifadelere yer vermişlerdir;

“Kariyer benim için, kış gibidir. Çünkü zorlu bir dönemin ardından çok para kazanarak ilerlemek vardır. Kıştan sonra yazın gelecek olmasını buna benzetebiliriz.”

“Kariyer benim için, ilkbahar gibidir. Çünkü kıştan sonra ilkbahar geldiği için kariyer gibi sürekli yeni fırsatlar, yeni adımlar çağırır.”

“Kariyer benim için, yaz gibidir. Çünkü her ne kadar gelişini hevesle beklesek de, getireceği bunalım ve sıcaklık kişi için can sıkıcı olabileceğini gösterir.”

“Kariyer benim için, sonbahar gibidir. Çünkü o ağaçların kurumuş yaprakları bütün sene içindeki yaşadıklarımızı sembolize eder. Benim de kendi kariyerimde bu tecrübeye ulaşmayı istememden dolayı bu benzetmeyi yaptım.”

Hem rakamsal olarak hem de niteliksel olarak, katılımcıların verdiği cevaplar her kuşakta farklı dağılımlar göstermektedir. Tablo 1’de yer alan, X ve Y kuşağında bulunan katılımcılar, 4 metafor içinden yalnızca iki metaforu seçerek eşit olmayan bir dağılımı ortaya çıkartmışlardır. X kuşağı katılımcıları yaşadıkları dönemin, kendi algılarına yapmış olduğu yüklemenin etkisiyle seçtikleri ilkbahar veya kış metaforunu, zorlu süreçlerin ardından ulaşılabilen, güzel günler gibi tanımlamaktadır. Y Kuşağı üyelerinin ise yeniliklere açık, özgürlüklerine düşkün

oldukları belirlenmiştir. Bu nedenle, kariyeri yaz veya ilkbahar mevsimine benzetirken, zorluklarını da vurgulamışlardır. Diğer taraftan Z kuşağı, diğer kuşaklardan farklı bir tablo ortaya çıkarmıştır. Bireyselliğin daha ön plana çıktığı bu kuşakta, tercihlerde dağınık bir tablo oluşturmaktadır. Her bir kuşak üyesi, bireysel gerekçesini ortaya koyarak farklı bir algı ile mevsim metaforu tercihini belirtmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

İnsanlar, farklı dönemlerde farklı karakteristik özellikler sergilemiş, bu özelliklerini de iş hayatlarında, sosyal yaşantılarında, tercihlerinde, aile içi davranış biçimlerine yansıtmuşlardır. Yapılan araştırmalar neticesinde, benzer özellikleri taşıyan ve benzer tavırlar sergileyen bazı insanların, temelde benzer dönemlerde yetiştiği gözlemlenmiştir. Aynı yıllarda doğan ve aynı dönemde büyüyen insan toplulukları, kuşakları oluşturmaktadır. Dönemsel olarak birbirinden farklılaşan her bir topluluk için ayrı bir kuşak belirlenmiştir.

Yukarıda detaylı olarak anlatılan bu kavram içerisinde 5 farklı kuşaktan söz etmek mümkündür. Ancak çalışmanın örnekleme, tarihsel olarak günümüze en yakın olan son üç kuşak olan X, Y ve Z kuşaklarından oluşturulmuştur. X Kuşağı 1965-1981, Y Kuşağı 1981-2000, Z kuşağı ise 2000 ve sonrasında doğan insanlardan oluşmaktadır.

Her dönemin kendine has sosyo-ekonomik farklılıkları, zorlukları, güzellikleri, yaşanma adabı veya yazılı olmayan birtakım kuralları olmaktadır. Bu kurallar, dönemi yaşayan insanlardan bağımsız bir şekilde gelişme gösterebilmektedir. Ancak değişkenler, dönem insanların hayatlarını doğrudan etkilemekte ve hayata bakışlarını ve tutumlarını şekillendirmektedir. Bu nedenle bahsettiğimiz, X, Y ve Z kuşaklarının her birinin, yaşadıkları dönemin özelliklerini taşıdığı görmek mümkündür.

Çalışmada X, Y ve Z kuşaklarının yalnızca kariyer algıları ölçülmeye ve birbirleri ile ayrıştıkları noktalar tespit edilmeye çalışılmıştır. Kariyeri, verilen dört mevsimden birine benzetmelerinin istenmesi ve devamında, neden bu mevsime benzettiklerini açıklamalarının talep edilmesi, kıyas yapmak için istenen bilgilerin alınmasını sağlamıştır.

X Kuşağı katılımcıları, kuşaklarının büyüdüğü zorlu ortamların etkisi ve çaba harcamalarının gerekliliği, düşüncesi ile cevap vermişlerdir. %80'i ilkbahar mevsimine benzetmiş, %20 ise kış cevabını vermiştir. Y Kuşağında da ağırlıkta olan cevap %70 ile ilkbahar iken, %30 ile yaz mevsimi olmuştur. Ancak, ikisi arasında sebepsel veya dayanaksal farklılıklar olduğu gözlemlenmiştir. X Kuşağındakilerin, ilkbahar benzetmelerini daha çok doğanın canlanması, ancak bu canlanmanın yavaş yavaş olması, daimî bir efor sarf edilmesi gerektiği, kimi zaman yağın yoğun yağmurlarla bitkilerin zarar görmesi, ama en nihayetinde her yerin yemyeşil olması, havaların fırtınalı, yağışlı günlerden geçerek güzel günlere ulaştığını vurgulayarak yapmışlardır. Özetle, kariyer yolunu, dalgalı, zorluklar ve güzelliklerle iç içe, zaman ve sabır gerektiren bir algı ile tanımlamışlardır.

Y Kuşağının vermiş olduğu cevaplar arasındaki ilkbahar mevsimi ise, bu mevsimin ardından gelecek olan yaz mevsimini işaret ederek verilmiştir. Aslında ilkbahar bu kuşak için tek başına yeterli olan bir mevsim olmamış, başka bir mevsimin hayaliyle geçirilen dönem gibi yorumlanmıştır. Kariyer algısı da tıpkı ilkbahar da olduğu gibi, hayal edilen, beklenen ve asıl olanın öncesindeki adımı gibi aktarılmıştır. Dikkat çeken diğer bir benzetme ise, X Kuşağının kariyer algısını kış mevsimi metaforu ile aktarırken, zorlu, fırtınalı olmasını vurgulaması ile, Y Kuşağının Yaz metaforunu kullanan kişilerin cevaplarının benzer olmasıdır. Y Kuşağında, yaz diyen insanlarda da yine yazın yorucu ve bunaltıcı olacağını bu nedenle kariyere benzediğini belirttikleri gözlemlenmiştir.

Z Kuşağı ise, bu iki kuşaktan daha farklı bir grafik ortaya çıkartarak, her mevsimi metafor haline getirmiştir. Bu da Z Kuşağının, diğer iki kuşaktan farklı olarak bireysel algılarının daha yüksek olduğunu göstermektedir. Ayrıca, her mevsim metaforu için son derece bilinçli cevaplar vermişlerdir. Henüz iş hayatını tam olarak deneyimleyemeyen bu kuşak, kariyer gibi kavramların ne anlama geldiğini bilmekle birlikte, bir algı oluşturmuşlardır. Teknolojinin hızlı bilgiye ulaşma etkisi, Z Kuşağında fazlaca etkindir. Hayal kurmaktan çekinmemektedirler.

Sonuç olarak X, Y ve Z Kuşaklarının kariyer algılarının metafor sınırlaması yapılmasına rağmen farklılıkları gözlemlenebilmektedir. Söz konusu farklılıklar daha

çok, metaforik benzetme yapılmasının nedeni açıklanırken ortaya çıkmaktadır. Aynı kuşağa ait insanların, birbirlerinden farklı metaforları seçseler de, benzer gerekçeler veya benzer yollar ile kariyeri tanımladıkları gözlemlenmiştir. Yine, farklı kuşaklardan insanların aynı metaforlar ile kariyeri tanımladıkları, fakat tanımlama sırasında mevsim metaforlarının başka özelliklerinden yola çıktıkları gözlemlenmiştir. Araştırma esnasında, katılımcıların metafor belirlerken yaşadıkları kararsızlıklar veya farklı tutumlar da kuşak farklılıklarını ortaya koymaktadır. Durmaksızın yaşanan değişimler ve gelişimler sayesinde, yeni ortaya çıkabilecek kuşakların da algıların da türlü farklılıklara gebe olduğu öngörülmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, üç kuşağın karşılaştırılması, diğer bütün koşullar sabit kabul edilerek, yalnızca doğum yılları referans alınarak kuşak sınıflandırılmaları yapılmış ve kuşak bazlı bir kariyer algısı ölçümü yapılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın yapıldığı tarih itibarıyla, X Kuşağındaki katılımcıların çoğu kariyerini tamamlamış ve emeklilik hayatlarını yaşamaya başlamışken, Y Kuşağı kariyeri için mücadele ettiği yaş aralığındadır. Diğer taraftan Z kuşağının henüz okul çağlarında olması, profesyonel iş hayatını tecrübe etmemiş olması, kariyer kavramına bakış açısını farklılaştırmaktadır.

- Daha detaylı bir sonuç elde edilebilmesi için, konu ile ilgili yapılacak yeni araştırmalarda, kuşakların iş hayatını tecrübe etmiş olması veya kendi içlerinde değerlendirilmesi önerilebilir.

- Katılımcıların seçmeleri gereken metafor sayısının, 4 mevsim ile sınırlandırılmasının dışında bir yol izlenerek, her kuşaktaki metafor algısı da ayrıca ölçümlenebilir. Katılımcıların kendi metaforlarını üretmeleri ve bu metaforlar üzerinden kariyer algılarını tanımlamaları, kuşakların metafor tercihleri ile de ilişkilendirilmesi önerilebilir.

- Bireylerin doğdukları ve yaşadıkları ülkenin, büyüdükleri ortamın ve ailenin, ekonomik ve sosyal yapıların, iş imkanlarının, kariyer yollarının, eğitimlerinin tamamı, kariyer algılarının oluşmasında etkili olacak önemli faktörlerdir. Bu noktada kişiler, daima daha geniş perspektifleri görmeye çalışmalı, kariyer planlarını sadece kendi içinde buldukları koşulları düşünerek değil,

etraflarında var olabilecek fırsatları da düşünerek oluşturmalıdırlar. Kariyer algısının pozitiflik kazanması, bireyin gelecek için yaptığı kariyer planını da olumlu etkileyecektir. Bir kuşağa mensup olmak, bireylerin tercihinine bağlı değildir. Bu nedenle kuşakların yüklediği her özelliği isteyerek ve bilinçli bir şekilde kabul ettiğimiz söylenemez. Dolayısıyla, otomatik olarak yüklenmiş olan dinamiklerde farkındalığın yükseltilmesi önemlidir. Kendi dinamiklerinin farkında olan birey, kendini tanımayı ve kariyerini nasıl yönlendireceğini bilen, yöneten kişi haline gelebilir.

Son olarak, yapılan çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuçlar göstermektedir ki, insanların büyüdüğü koşullar değiştiğinde, iş yaşamlarına ve kariyer kavramına bakış açıları da değişmektedir. Doğduğumuz yıl, büyüdüğümüz koşullar, öğretilenler, gelecekte yaptığımız kariyer planlarını şekillendirmektedir. Yeni kuşaklar ile eski kuşakların bir arada çalışmaları birçok gerekliliği de beraberinde getirmektedir. İşte bunun temelinde farklı algı sistemlerine sahip farklı kuşakların birlikteliği yatmaktadır. Günümüzde de sıkça konuşulan, esnek çalışma saatleri, kariyer planlarındaki yeni sistemler, kurumlar içerisindeki farklı organizasyonel yapılar gibi kavramlar, yeni kuşakların iş yaşamına girmesi ile konuşulmaya başlanmıştır. Her ne kadar kuşaklar birbirleri ile birebir benzeşme göstermese de kariyer algısı ve iş yaşamı sürecinde yumuşak geçişler sağlamak mümkündür. Eski kuşakları sürekli öğrenme ve güncelleme, yeni kuşakların eski deneyimlerden faydalanma anlayışı ile ortak alanlar yaratılabilecektir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., & Batur, Z. H., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yaklaşımlar. *S.D.Ü. S.B.E. Dergisi*, 1(19), 165-181.
- Arslan, A., & Staub, S. (2015). Kuşak teorisi ve girişimcilik üzerine bir araştırma. *K.A.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 6(11), 1-24.
- Aşık, A. N. (2019). X ve Z kuşağı tüketicilerin yiyecek tercihlerini etkileyen faktörler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(4), 2599-2611.
- Aydın, Ç., & Başol, G. (2014). X ve Y kuşağı: Çalışmanın anlamında bir değişme var mı? *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 4(4), 2-15.
- Bayramoğlu, G. (2018). X ve Y kuşağının liderlik davranışı açısından karşılaştırılması. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 18(1), 15-30.
- Betz, L.C., & Smith, K. (2010). Testing the transition preparation training program: A randomized controlled trial. *Int J Child Adoleshealth*, 3(4), 595-607.
- Bilonozhko, N., & Syzenko, A. (2020). Effective reading strategies for generation z using authentic texts. *Arab World English Journal: Special Issue on the English Language in Iraqi Context*, 1(2), 121-130.
- Çetin, C., & Karalar, S. (2016). X, Y ve Z kuşağı öğrencilerin çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14 (28), 157-197.
- Çaycı, B., & Karagülle, E.A. (2014). X kuşağından Z kuşağına değişen mahremiyet algısı. *International Trend and Issues in Communication& Media Conference*, 190-196.
- Demirkaya, H., & Akdemir, A., & Karaman, E., & Ataman, Ö. (2015). Kuşakların yönetim politikası beklentilerinin araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 186-204.
- Dinçer, İ. F., & Akoava, O., & Kaya, F. (2013). Meslek yüksekokulu turizm otel işletmeciliği programı öğrencilerinin kariyer planlaması üzerine bir araştırma: İstanbul Üniversitesi ve Gümüşhane Üniversitesi örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 1(2), 43-56.
- Geçit, Y., & Gencer, G. (2011). Sınıf öğretmenliği 1.sınıf öğrencilerinin coğrafya algılarının metafor yoluyla belirlenmesi (Rize Üniversitesi örneği). *Marmara Coğrafya Dergisi*, (23), 1-19.
- Glass, A. (2007) Understanding generational differences for competitive success. *Industrial and Commercial Training*, 39(2), 98-103.
- Göksel, A., & Güneş, G. (2017). Kuşaklar arası farklılaşma: X ve Y kuşaklarının örgütsel sessizlik davranışı bağlamında analizi. *G.Ü. İ.İ.B.F Dergisi*, 19(3), 807-828.
- Güneş, A., & Fırat, M. (2016). Açık ve uzaktan öğrenmede metafor analizi. *AUA Dergisi*, 2(3), 115-129.

- Gündüz, Ş., & Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar ve örgütsel sessizlik/seslilik. *İşletme Bilimi Dergisi*, 6(1), 89-115.
- Gürbüz, S. (2015). Kuşak farklılıkları: Mit mi, gerçek mi? *İş ve İnsan Dergisi*, 2(1), 39-57.
- Güveli, E., & İpek, S.A., & Atasoy, E., & Güveli, H. (2011). Sınıf öğretmeni adaylarının metematik kavramına yönelik metafor algıları. *Türkîsh Journal of Computer and Mathematics Education*, 2(2), 140-159.
- Kahlon, Y. & Fujii, H. (2020). Framework for metaphor based spatial configuration design: A case study of japanese rock gardens. *Thematic Collection: Design Cognition and Computing*, 34(2), 223-232.
- Karaçam, S., & Aydın, F. (2014). Ortaokul öğrencilerinin teknoloji kavramına ilişkin algılarının metafor analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 13(2), 545-572.
- Kraus, M. (2017). Comparing generation x and generation y on their preferred emotional leadership style. *Journal Of Applied Leadership And Management, Hochschule Kempten -University Of Applied Sciences. Professional School of Business & Technology, Kempten*, (5), 62-75.
- Kuznek, E., & Güzel, B. (2019). Sanal kaytarma ve iş performansı ilişkisi: kuşaklar teorisi yaklaşımı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2729-2746.
- Koçak, A., & Arun, Ö. (2013). İçerik analizi çalışmalarında örneklem sorunu. *Selçuk İletişim*, 4 (3), 21-28.
- Mert, G., & Neslihanoğlu, S. (2020). Y kuşağının kariyer algısı ve gelecek beklentisi: Kocaeli organize sanayi bölgesi örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 927-945.
- Metin, S., & Kızıldağ, D. (2017). X ve Y kuşaklarının kariyer beklentilerinin farklılaşması: otomotiv sektöründe bir araştırma. *M.K.Ü. S.B.E. Dergisi*, 14(40), 340-363.
- Misican, D., & Bedir, E. (2017). Değişimin ortaya çıkardığı yeni kuşağın değişen kariyer algısı: Bilişim sektörü uygulaması. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 8 (1), 118-137.
- Monterio., A.T., & Giuliani, C.A., & Arroyo, C.J., & Belli, C.H., & Oliveria, D.E. (2020). Relations between generational cohorts and generations x and y: Multicultural study an coca-cola soft drinks. *Brazillian Journal of Management*, 13(2), 333-354.
- Mücevher, M. & Erdem, R. (2018). X kuşağı akademisyenler ile y kuşağı öğrencilerinin birbirine karşı algıları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(22), 60-74.
- Oliveria, A. F. (2020). Playing trough metaphors: an analysis of metaphor use in life simulation games. *Rev. Estud. Ling, Belo Horizonte*, 28(2), 871-891.
- Özdemir, Y., & Aras, M., & Özdemir, S. (2016). Üniversite öğrencilerinin kariyer algılamalarına metaforik bir bakış: Türk, Azeri, Türkmen, Kazak ve Kırgız öğrencileri örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(4), 114-133.

- Özdemir, Y. (2013). Marmara Bölgesi'ndeki işletmelerin ik yöneticilerinin kariyer anlayışındaki değişime yönelik değerlendirmeleri. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 22(1), 257- 274.
- Özler, E.D. (2009). *İşletmecilik kuram ve uygulama*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özer, P.S.& Eris, E.D. & Özmen, T.N. Ö. (2013). Kuşakların farklılaşan iş değerlerine ilişkin emik bir araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (38), 123-142.
- Öztürk, C.A. (2017). Kariyerlerde kuşak ve toprak: Kariyer algısında doğulan coğrafi konum ve kuşağın etkisi. *Siyaset ve Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(5), 155-166.
- Sakdiyakorn, M., & Wattanachorensil, W. (2017). Generational diversity in the workplace: A systematic review in the hospital context. *Cornell Hospitality Quarterly*, 59(2), 1-35.
- Solmaztürk, A.B., & Gürer, A. (2020). Kariyer uyum yeteneklerinin x, y ve z kuşakları bakımından incelenmesi: Bir alan araştırması. *Turkish Studies -Social*, 15(3), 1471-1487.
- Sökmen, A., & Aydınhan, B. (2016). Kariyer geleceği algısının iş tatmini ve işten ayrılma niyetine etkisi: Bir kamu kurumunda araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 251-263.
- Taş, H. Y., & Demirdöğmez, M. & Küçüköğlü, M. (2017). Geleceğimiz olan z kuşağının çalışma hayatına muhtemel etkileri. *OPUS-Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 7(13), 1031-1048.
- Taşlıyan, M., & Arı, Ü. N., & Duzman, B. (2011). İnsan kaynakları yönetiminde kariyer planlama ve kariyer yönetimi: İİBF öğrencileri üzerinde bir alan araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 231-241.
- Tekin M. (2015). *Çalışma yaşamında kuşaklar ve işe yönelik tutumların incelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- <https://www.tdk.gov.tr/>
- Tüz, V.M. (2003). Kariyer planlamasında yeni yaklaşımlar. *U.Ü. Fen Edebiyat Fakültesi S.B.E.Dergisi*, 4(4), 169-176.
- Ünal M. (2017). *Y ve Z kuşaklarının yönetimi*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Yelkikalan, N., & Akatay, A., Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni nesil girişimci profili: İnternet girişimciliği ve y,m,z kuşağı girişimci. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 10(20), 490-506.
- Yılmaz, N., & Özer, E., & Fettahoğlu, R. (2020). Sağlık yöneticisi kavramına ilişkin bir metafor analizi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 115-124.
- Waal, A., & Peters, L., & Broekhuizen, M. (2017). Do different generations look differently at high performance organizations? *Journal of Strategy and Management*, 10(1), 86-101.