

## Türkiye’de Y Kuşağının E-İletişim Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma\*

Yeliz YEŞİL<sup>1</sup>

Fatma FİDAN<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Yrd.Doç.Dr.,Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi,e-posta:yeliz.yesil@bilecik.edu.tr.

<sup>2</sup> Doç.Dr.,Sakarya Üniversitesi, e-posta:ffidan@sakarya.edu.tr.

**Özet:** Bilişim teknolojileri devrimsel nitelikte değişimlere yol açmış; hayatın her alanında etkili olmaya başlamış ve birçok yeni olanağı insanlığın karşısına çıkarmıştır. Bu olanakların sunduğu yararlar kadar sakıncaları da sıkça dile getirilmiştir. Hatta zamanla, bilişim teknolojilerinin sağladığı olanakların olumsuz etkileri, sağladığı yararlardan çok daha fazla konuşulur bir hale gelmiştir. Bilişim devrimi 1981 yılından itibaren yayılmaya başlamış olsa da, 1991’de ulusal sınırlar zorlanmaya başlamış ve 1996 yılında internet uygulamalarının alt yapısı hazır hale gelmiştir. Bilişim devrimi, yeni kuşağın öncekilerden oldukça farklılaşmasına yol açmıştır. Bu kuşak; internet kuşağı veya küresel kuşak, net kuşağı ve Y kuşağı olarak adlandırılmaktadır. Bilişim teknolojileri en yaygın biçimde, 1982-2004 yılları arasında dünyaya gelen bu kuşak üyeleri tarafından kullanılmaktadır. Bilişim teknolojileri ve/veya elektronik iletişim (e-iletişim) en çok ve doğrudan Y kuşağını etkilemektedir. Bu proje 2000 kuşağına göre e-iletişim teknolojisinin kullanımı ve aile, akrabalar, yönetim vb. ile sosyo-psikolojik olarak etkilenen 2000 kuşağının davranışlarını analiz etmektedir. Ayrıca bu proje e-iletişim kullanımının “kısa yollar ” şeklinde nitelenen yeni davranışsal eğilimlere yol açıp açmadığını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma Marmara Bölgesi’ndeki 300 üniversite öğrencisi ve ebeveynleri üzerinde gerçekleştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Y kuşağı, e-iletişim, bilişim teknolojisi, eğitim.

**Jel Kodları:**I20,I23,O30.

### Y Generation’s E-Communication Usage in Turkey: A Research on University Students

**Abstract:** Information technology leads to fundamental transformations and it is very effective in our life and generates new possibilities. Information technology supplies advantages, on the other hand there are some disadvantages. Nowadays disadvantages of information technologies are mentioned too much. Information technology has spread out since 1981 and in 1991 borders are forced, finally in 1996 internet underwork was prepared. Information revolution formed new generation. This generation is called ‘internet generation’ or ‘global generation’, ‘net generation’ and ‘y generation’. Information technology is used commonly by this generation who was born between 1982 and 2004. Information technology and/or electronic technology (e-communication) mostly and directly affected ‘2000 generation’. This project analyses ‘2000 generation’s behaviours’ which are affected socio-psychologically by e-communication technology usage according to ‘2000 generation’ and parents, relatives, management etc. Also this project aims to analyze whether e-communication usage leads to new behavioral tendencies which are told ‘short ways’ or not. The research was conducted on 300 university students and their parents in the Marmara Region.

**Key Words:** Generation Y, e-communication, information technology, training.

\* Bu makale International Balkan and Near Eastern Social Sciences Conference Series IBANESS Conference Series-Prilep / Republic of Macedonia (October 28-29-30, 2016) bildiri kitabında yer almaktadır.

## 1. Giriş

McCrinkle ve Wolfinger (2010)'e geleneksel olarak, bir kuşak "ebeveynlerin ve çocuklarının doğumları arasındaki ortalama zaman aralığını" ifade etmektedir. Biyolojik tanım; her bir bin yıllık döneme 20-25 yıl aralıklarla kuşaklar yerleştirilmiştir. Ancak; günümüzde topluluklar yeni teknoloji, değişen kariyer, çalışma seçenekleri ve farklılaşan toplumsal değerler karşısında hızla değiştiğinden, iki on yıllık dönem kuşaklar için fazlasıyla uzun bir zaman dilimi olmaktadır. Bunlara ek olarak, bugün biyolojik bir tanımlama yapmak gerekirse; bir kuşak bugüne dek olanlardan daha uzun bir süreye yayılmaktadır. Çünkü çocuk doğumu hiç bir zaman olmadığı kadar ertelenmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak, ebeveynler ve çocuklarının doğumları arasındaki zaman iki on yıldan üç on yıla esnemiştir. 1982 yılında ilk bebeğini dünyaya getiren bir kadının ortalama yaşı 25 iken, 2010 yılında bu yaş 31'e ulaşmıştır (Aydın ve Başol, 2014: 2).

Bilgi ve internet teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak iletişim biçimi ve araçları da değişmiştir. E – iletişim bireyler arasındaki iletişimin temel biçimi durumuna gelmiştir. Özellikle Y kuşağı olarak bilinen kuşak açısından e-iletişim önemli bir iletişim biçimidir. Y kuşağı için yaşam biçimi ve iletişim "hızlı", "kısa" ve "pratik" olarak ele alınmaktadır, Y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanırken amaçlı ve bilinçli bir şekilde kullanmaları gerekmektedir.

## 2. Y Kuşağı ve Özellikleri

Keleş (2011: 129)'e göre dünya genelinde ekonomik ve sosyal hareketlerle oluşmuş zaman aralıklarına jenerasyon denmektedir. Yetişme tarzları ve içinde buldukları ortam değişiklikleri nedeniyle "kuşak" olarak da adlandırılan jenerasyonlar arasında gerek karakter gerek çalışma yöntemleri ve gerekse işyerinden beklentilerde önemli farklılıklar gözlemlenmektedir. Farklı yaş gruplarının bir arada çalıştığı günümüz işyerlerinde yaşanan sorunların önemli bir kısmı kuşaklararası algı, yöntem, uygulama ve iletişim farklılıklarından kaynaklanmaktadır. Günümüzde davranışsal özellikleri ve yaşam biçimleri itibarıyla bir önceki

kuşaktan ciddi ayrımlar sergilemesi nedeniyle en çok tartışılan kuşak Y kuşağı olmuştur.

Toruntay (2011)'a göre Y kuşağı internetin olduğu yıllarda dünyaya gelen ilk kuşaktır. Doğdukları andan itibaren medya ve reklamların etkisinde kalan ve bu nedenle ebeveynlerine göre daha fazla marka bilincine sahip bir kuşak olarak yetişmişlerdir. Bu kuşak üyeleri arasındaki ekonomik şartlarla karşılaştırıldığında, alım gücü yüksek olan ve alım gücü düşük olan üyeler arasındaki farkın şimdiye kadar incelenen tüm kuşaklar arasındaki en büyük fark olduğu ortaya konmuştur (Aydın ve Başol, 2014: 4).

Y kuşağının özellikle çalışma yaşamına yönelik davranışları ve çalışma yaşamındaki istekleri bir çok tartışmanın konusu olmuştur. Çünkü çalışma yaşamında bu kuşağa ait bireyler daha fazla yer almaya başladıkça çalışma yaşamının da dönüşümüne ihtiyaç kendini hissettirmektedir. Aşağıdaki grafikte X ve Y kuşağının çalışma hayatına ilişkin düşünceleri görülmektedir. Öğrenme ve mesleki gelişim imkanı, ayrıca ücret ve diğer finansal getiriler Y kuşağı çalışanın düşünceyi arasında yer almaktadır. Aynı zamanda Y kuşağı çalışanı için fark yaratabileceğine inandığı şirket olması önemlidir.

Dias (2003)'a göre çok stresli işlerden uzak durmaya çalışan, işi basitleştiren ve yaşamak için yaptığı işten keyif alan bir kuşaktır. X kuşağı üyeleri değişen dünya koşullarına yetişebilmek için büyük bir çaba harcamaktadırlar. Ancak bu çaba ve yarış bu kuşaktakiler üzerinde 'yetişememek', çağa ayak uyduramamak gibi bir izlenim yarattığı için kendilerini dışlanmış hissetmektedirler (Adıgüzel vd., 2014: 172). Ayrıca, Y kuşağının X kuşağına göre daha az düzenli oldukları, disiplinden hoşlanmadıkları veya kuralları sevmedikleri şeklindedir. Sorumluluk bilinci ana boyutu altında değerlendirilen Y kuşağı, X kuşağı gibi kendini yeterli gören, düzenli, disiplinli, kurallara bağlı, başarı odaklı ve ayrıntılı düşünen olarak da vurgulanmaktadır. Bir başka öne çıkan ilginç sonuç ise, X ve Y kuşağının başkalarına güvenme, açık sözlü olma, merhametli olma ve işbirliği yapma gibi kişilik özelliklerinin benzerlik göstermesi olduğu belirtilmektedir (<http://thebrandage.com/iis-hayatinda-x-ve-y-kusaginin-kisilik-ozellikleri-ayni-yontemleri-farkli/>, 17.10.2016).

Tablo 1. X ve Y Kuşağının Çalışma Hayatına İlişkin Düşünceleri



Kaynak: <http://www.pwc.com.tr/tr/basin-odasi/2015-basin-bulteni/is-hayatinda-y-kusagi-gencler.html>

Tablo 2. 1980 Sonrası Y Kuşağı

Sonrası Y Kuşağı
Sorumluluk almaz. Çalışmayı sevmez. Çabuk sıkılır. Para kazanmayı değil, harcamayı sever. Tüketim toplumunun temel aktörüdür. Sorumsuzdur. Doyumsuzdur. İletişim teknoloji kuşağıdır (internet odaklı yaşam tarzı). X kuşağının eseridir. Aşırı korunmuş kuşak (kuluçka ebeveyn) vardır. Paylaşımçı değil, çünkü kardeş pek yoktur.

Kaynak: meb12.meb.gov.tr/meb\_iys\_dosyalar/06/.../23025025\_atlmnv.sunu1ykua.pptx

### 3. Y Kuşağının Teknoloji Kullanımı

Y Kuşağı dijital ve teknolojinin yoğun olduğu bir dünyada doğmuştur. Dünya çapında yapılan bir araştırma bu kuşağın % 90' nünün uyumaya gitmeden önce de sosyal medya hesaplarını, maillerini akıllı telefonlarından kontrol ettiklerini ortaya koymuştur, aynı araştırma Y kuşağının beşte birinin akıllı telefonlarını on dakikada bir kontrol ettiklerini vurgulamaktadır (<http://www.generationy.com/about-generation-y-in-the-workforce/generation-y-and-technology/>,13.10.2016).

Y kuşağının % 91'i online olarak kitap arama ve araştırma yapmaktadırlar. İnternet bağlantısını yoğun olarak kullanmaktadırlar ve işyerinde de teknolojiden istedikleri düzeyde faydalanmak istemektedirler (<https://www.google.com.tr/search?q=generation+y+technology&espv=2&biw=1366&bih=613&source=lnms&tbn=isch&sa,15.10.2016>).

Zemke vd. (2013)'ne göre dijital medyanın cazibesıyla büyüyen ilk kuşak olma özelliğine sahip Y kuşağının üçte ikisi, beş yaşından önce bilgisayarla tanışmıştır. Arkadaşlarına, ailelerine, bilgilere ve eğlenceye günün her anı ulaşabilen bu kişiler, küresel ekonomik krizden diğer kuşaklara oranla daha kötü etkilenmelerine rağmen iyimserliklerini korumuşlardır. İlgili odağı olmaya alışık olmalarının yanında beklentilerini yüksek tutan kuşak üyeleri hedeflerini de net olarak tanımlamaktadırlar. Diğer kuşaklara göre en yaşlı ebeveynlere sahip olan bu bireyler çekirdek aile içerisinde yetişmişlerdir. Dörtte birinin ebeveynleri en az üniversite eğitimi almışken, üçte biri boşanmış anne ve babaya sahiptir (Adigüzel

vd., 2014: 173). Görüldüğü üzere Y kuşağında internete bağımlı olma durumu olmakta ve e-iletişimi etkin olarak kullanmaktadırlar .

Görüldüğü üzere Y kuşağı bilişim teknolojilerini kullanmaya yatkındırlar. E-egitimden faydalanmaktadırlar. Zamanın hızına ayak uydurmak istemekte ve teknolojinin hızına ayak uydurmaya çalışmaktadırlar.

Gençlerin kişisel ve mesleki gelişim için kendini iyileştirme ve fırsatlar geliştirmesine imkan tanımak gereklidir. Nitekim, akıllı telefonlarında veya tabletlerinde bütün gün çevrimiçi harcamaktan başka hiçbir şey yapmayan 'tembel gençler' olabilir, ancak öte yandan teknolojik bilgisini geliştirme şansını artırmak için bir araç olarak kullanan birçok gençte mevcuttur. Gençleri teknoloji kullanımında doğru yönlendirmek ve onları motive etmek önemlidir (Bandilli, 2015). Örneğin ABD'de internetin nasıl kullanıldığı da yaş gruplarına göre değişmektedir. 30 yaşın altındaki gençler ve genç yetişkinler, bilgileri bulmak, sosyalleşmek, oyun oynamak, alışveriş yapmak ve belki de ticaret yapmak için internet'i kullanıyor olsa da, daha yaşlı kullanıcılar resmi web sitelerini ziyaret ediyor ya da çevrimiçi finansal bilgi edinmektedirler. Bununla birlikte, Pew Research'e göre bu boşluk daralmakta ve e-postalar ve arama motorları gibi faaliyetler, çevrimiçi olan tüm yaş grupları tarafından giderek daha fazla kullanılmaktadır. Sosyal medya, yaş farkı bulunan başka bir alandır. Sosyal medyayı kullanan yetişkinlerin oranı (% 72) içindeki gençlerden (% 81) farklı değilken, tercih edilen sosyal medya uygulamalarında bir fark vardır. Yetişkinler tumblr, Instagram ve Pinterest'e hakimken, gençler (gençler ve genç yetişkinler) Facebook ve Twitter gibi sosyal medya uygulamalarında daha yaygın

görülmektedir. Yetişkinler, çoğunlukla pasif veya yarı aktif olan sosyal medya kullanıcılarıdır, zira gençler aktif olarak yeni arkadaşlıklar kurmaya çalışmaktadırlar. Yetişkinler mevcut ilişkileri sürdürmek için sosyal medyayı kullanırken, gençler ise büyük oranda yeni ilişkiler kurmayı amaçlayan bir konuşma alanı ve kendi kendini ifade etme için bir çıkış olarak kullanmaktadırlar (Ramasubbu, 2016).

#### 4. Araştırma

##### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırma; e-iletişim teknolojileri kullanımının sosyo-psikolojik yoğun etkileri altında bulunan Y kuşağının davranışlarını, hem Y kuşağı, hem de önceki kuşaklar (ebeveyn, yakınlar, yöneticiler vd.) perspektifinden inceleyerek, e-iletişim kullanımının yaygınlaşmasının, “kısa yollar” olarak nitelendirdiğimiz yeni davranışsal eğilimlere yol açıp açmadığını ortaya koymayı hedeflemektedir.

Genç nüfusun yoğun olduğu Türkiye’de, günlük yaşam pratiklerinde internet kullanımı yaygın bir biçimde görülmektedir. Son yıllarda e-iletişim teknolojilerindeki gelişmeler doğrultusunda; bilgisayar, akıllı telefonlar, tabletler, internet, e-sosyal ağlar vb. e-iletişim araçları artık yaşamın her alanına girmiştir. Bu olanaklar sayesinde, bilgiler açıkça ve akıcı olarak paylaşılabilen; insanlar yaratıcı bir iş yapmak için bir araya gelebilmekte; mal ve hizmetler tanıtılabilmekte ve satışı yapılabilmektedir. Erişim olanağı olanlar için e-iletişim, yaratıcılık, canlılık ve neşeli olabilmek için güzel bir olanaktır. E - iletişim yeni bir alandır.

Dolayısıyla e-iletişimin sosyo-psikolojik etkileri de yeni bir konudur. E-iletişimin etkileriyle alakalı Türkiye ve dış dünya bilimsel literatürü incelendiğinde, “kısa yol davranışları” etkisinin bugüne kadar araştırmalara konu edilmediği görülmektedir.

Bu araştırma, e-iletişimin ortaya çıkardığı yeni iletişim davranışları ve kısa yol davranışları konusunda kavramsal bir çerçeve çizerek, sayısal ve sayısal olmayan verilerden yararlanarak Türkiye’de Y kuşağının e-iletişim kullanımını tespit etmektedir. Araştırma konuyu iki perspektiften ele alınmaktadır. Y kuşağına mensup genç insanların ve aralarında Y kuşağı üyelerinin ebeveynleri statüsünde bulunan eski kuşak mensubu insanların görüşlerine başvurulacaktır. Araştırmanın söz konusu sorunu çift perspektiften inceleyecek olması, araştırmanın özgün niteliğini bir kat daha arttırmaktadır. Araştırma betimleyici bir niteliktedir ve mevcut durumu tanımlamak araştırmanın amacıdır.

##### 4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket katılımcılara online olarak uygulanmıştır. Anket formu 5’li likert biçiminde hazırlanmış, analizde üçlü likert olarak değerlendirilmiştir.

##### 4.3. Araştırmanın Örnekleme

Araştırma Marmara Bölgesi’ndeki 300 üniversite öğrencisi ve ebeveynleri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmada “Basit Rastgele Örnekleme” yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 3. Y Kuşağının Eğitimi

Y Kuşağının Eğitimi
E-egitime çok yatkınlardır
Bilgiyi zaman ve mekandan bağımsız elde etmeyi önemsemektedirler
Anında soru sorup cevap alabilmektedirler
Teknoloji destekli (özellikle bilgisayar) eğitime (proje, take-home, vb.) yatkınlardır
Alternatifsiz doğru bilgi ve yöntem öğrenmek istememektedirler
Sonuç odaklı, ancak bilgi ve yöntemlerin kendilerince oluşturulacak eğitim istemektedirler
Sabit ve seçeneksiz eğitim ortamı/nesneleri tercih etmemektedirler
Eğitim sürecinin basamaklarını kendileri denemek ve oluşturmak genel tercihleridir

Kaynak: meb12.meb.gov.tr/meb\_ays\_dosyalar/06/.../23025025\_atlmnv.sunu1ykua.pptx

#### 4.4. Araştırmanın Bulguları

##### 4.4.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların cinsiyeti incelendiğinde ebeveynlerde 189 erkek 111 kadın, öğrencilerde 156 erkek 144 kadındır. Ebeveynlerin eğitim durumu incelendiğinde ise lise altı (90), lise (110), ön lisans (50) lisans (40) lisans üstü (10) dur.

##### 4.4.2. Y Kuşağının E-İletişim Kullanımı

Sosyal medya kullanımı ebeveynler ve Y kuşağı açısından incelendiğinde kısmen benzerlik taşıdığı görülse de gençlerde sosyal medya kullanımının fazlalığı dikkat çekmektedir. Gençlerde sırasıyla whatsapp, instagram ve facebook ilk sırayı alırken,

ebeveynlerde facebook, whatsapp sıralanmaktadır.

Y kuşağının boş zaman alışkanlıkları incelendiğinde ebeveynler “sinema ve tiyatroya geç gidip erken çıkıyor” ve “roman okumak yerine çekilen filmini izlemeyi tercih ediyor” düşüncesine daha fazla katılırken, Y kuşağı “sinema ve tiyatroya geç gidiliyor erken çıkılıyor” görüşüne katılmamaktadır. “Roman okumak yerine çekilen film izleniyor” ifadesine Y kuşağının büyük çoğunluğu katılmaktadır. Bu durumlara göre Y kuşağı gençler genel olarak, rahatlarına düşkünlüdürler, çalışmayı ve sosyalleşmeyi pek sevmemektedirler ve kendi dünyalarında yaşamayı tercih etmektedirler.

Tablo 4. Sosyal Medya Kullanımı

	Ebeven	Y Kuşağı
Facebook	201	281
Twitter	55	155
Instagram	53	209
Linkedin	25	89
Youtube	21	191
Whatsapp	180	299
Sosyal medya kullanmıyorum	61	2

Tablo 5. Boş Zaman Alışkanlıkları

	Ebeveyn			Y Kuşağı		
	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
Sinema ve tiyatroya geç gidiliyor erken çıkılıyor	201	51	48	102	58	140
Roman okumak yerine çekilen film izleniyor	103	97	100	197	23	80

Tablo 6. Çalışma Alışkanlıkları

	Ebeveyn			Y Kuşağı		
	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
Okumak yerine dinlemek tercih ediliyor	200	3	97	102	28	170
Araştırma yaparken kütüphaneye gitmek tercih edilmiyor	201	9	90	197	11	92
Sınavlara sınav akşamı çalışmayı tercih ediyor	103	97	100	197	23	80

Tablo 7. İnternet Kullanımı

	Ebeveyn			Y Kuşağı		
	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
Bir çok sorun ve soruların çözüm kaynağı internet ve sosyal ağlarda olduğu düşünülüyor	151	60	89	200	2	98
Bilgi araştırılırken önce wikilere ve bloglara bakılıyor	100	150	50	152	48	100
Ulaştığı bilginin doğruluğu sorgulanmıyor	167	23	110	201	9	90
Bilginin niteliğini önemsemiyor	200	2	98	100	150	50

“Okumak yerine dinlemek tercih ediliyor” ifadesine Y kuşağının çoğu katılmamaktadır. Araştırma yaparken kütüphaneye gitmek Y kuşağının büyük çoğunluğu tarafından tercih edilmemektedir ve sınavlara sınav akşamı hazırlanıldığı Y kuşağının büyük çoğunluğu tarafından kabul edilmektedir. Ebeveynlerin ise “sınavlara sınav akşamı çalışmayı tercih ediyor” ifadesine katılma ve katılmama oranı hemen hemen birbirine yakındır.

Y kuşağının internet kullanımı incelendiğinde “Bir çok sorun ve soruların çözüm kaynağı internet ve sosyal ağlarda olduğu düşünülüyor” ifadesi genel kabul görmektedir. Bilgiye ulaşma ve sorunları

çözme de internet önemli bir mecra olarak görülmektedir.

“Bilgi araştırılırken önce wikilere ve bloglara bakılıyor” düşüncesi de Y kuşağı tarafından kabul görmektedir. Y kuşağı blogları takip etmekte ve önemli bilgi kaynağı olarak değerlendirmektedir.

“Ulaştığı bilginin doğruluğunu sorgulamıyor” ifadesine ebeveynlerin ve Y kuşağının büyük çoğunluğu katılmaktadır ve “ulaştığı bilginin niteliğini önemsemiyor” ifadesine ebeveynlerin büyük çoğunluğu katılmakta ve Y kuşağının çoğunluğu kararsız kalmaktadır. Y kuşağı ulaştığı bilginin doğruluğunu önemsememektedir.

Tablo 8. Y kuşağının E-iletişim Alışkanlıkları

	Ebeveyn			Y kuşağı		
	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum
E-iletişimin kendine özgü bir dili vardır	126	74	100	190	1	9
E-iletişimde duygularını ikonlarla ifade etmeyi tercih ediyor.	164	36	100	191	6	113
E-sosyal ağ sohbetlerinde, e-mail gönderilerinde, mobil telefon mesajlarında kelimeler kısaltılarak yazılıyor	163	4	133	183	6	111
E-iletişimin yol açtığı hızlı iletişim davranışları kısa yazmaya zorluyor	167	34	99	199	3	98
Kullandıkları kısaltmalar anlaşılmıyor	211	2	98	47	3	250
Hazır mesajlar tercih ediliyor	167	34	99	199	3	98
Yazılarda kısaltmalar çok kullanılıyor.	200	12	88	150	101	49
Sözlü sorularada kısa cevap verme biçimi tercih ediliyor	200	2	98	100	150	50

“E-iletişimin kendine özgü bir dili var” ifadesi hem ebeveynler hem de Y kuşağı tarafından kabul görmektedir. Y kuşağının bu ifadeye katılımı daha fazladır. “E-iletişimde duygularını ikonlarla ifade etmeyi tercih ediyor” da genel kabul görmektedir. E –iletişimin özelliği olan ikonlar Y kuşağı tarafından pratik ve hızlı olması açısından kabul görmektedir.

“E-sosyal ağ sohbetlerinde, e-mail gönderilerinde, mobil telefon mesajlarında kelimeler kısaltılarak yazılıyor” ifadesine Y kuşağının katılımı daha fazladır. Y kuşağı gençleri kelimeleri yazarken sesli harfleri kullanmamayı tercih etmektedirler.

“E-iletişimin yol açtığı hızlı iletişim davranışları kısa yazmaya zorluyor” ifadesi genel kabul görmektedir. Hızlı iletişim ve derdini çabuk anlatma isteği kısa yazmanın nedeni olarak görülebilmektedir.

“Kullandıkları kısaltmalar anlaşılmıyor” ifadesine ebeveynlerin çoğunluğu katılmakta ve Y kuşağının ise çoğunluğu katılmamaktadır, bu duruma göre iletişimde kullanılan kısaltmalar Y kuşağının kendileri arasında anlaşılmaktadır, fakat ebeveynler tarafından anlaşılmamaktadır.

“Hazır mesajlar tercih ediliyor” ifadesine hem ebeveynlerin hem de Y kuşağının büyük çoğunluğu



katılmaktadır. Bu duruma göre Y kuşağının çok tercih ettiği yöntem olarak hazır mesajlar yaygın kullanıma sahiptir.

“Yazılarda kısaltmalar çok kullanılıyor” ifadesine genel olarak hem ebeveynler hem de Y kuşağı katılmaktadır, bu duruma göre Y kuşağı az yazıp çok şey anlatmak istemektedirler.

“Sözlü sorularada kısa cevap verme biçimi tercih ediliyor” ifadesine ebeveynlerin ve Y kuşağının büyük çoğunluğu katılmaktadır. Y kuşağının yazı dilinde kullandığı kısaltmalar konuşma biçimini de yansıtmaktadır. Y kuşağı gerek yazılı gerek sözlü iletişimde kısa, hızlı ve çabuk olan yöntemleri tercih etmektedir.

## 5. Sonuç ve Değerlendirme

Genel olarak bakıldığında; e-iletişimin özelliği olan ikonlar Y kuşağı tarafından pratik ve hızlı olması açısından kabul görmektedir. Y kuşağı gençleri kelimeleri yazarken sesli harfleri kullanmamayı tercih etmektedirler. Hızlı iletişim ve derdini çabuk anlatma isteği kısa yazmanın nedeni olarak görülebilmektedir.

İletişimde kullanılan kısaltmalar Y kuşağının kendileri arasında anlaşılmalıdır, fakat ebeveynler tarafından anlaşılmamaktadır. Bu durumda kuşaklar açısından farklı bakış açıları görülebilmektedir.

Y kuşağının çok tercih ettiği yöntem olarak hazır mesajlar yaygın kullanıma sahiptir. Y kuşağı az yazıp çok şey anlatmak istemektedirler. Y kuşağının yazı dilinde kullandığı kısaltmalar konuşma biçimini de yansıtmaktadır. Y kuşağı gerek yazılı gerek sözlü iletişimde kısa, hızlı ve çabuk olan yöntemleri tercih etmektedir, fakat bu durum kendileri ile karşı taraf arasında iletişim kopukluğuna yol açabilmektedir. Özellikle eğitim sürecinde Y kuşak öğrenciler düşündüklerini tam olarak yazılı ve sözlü olarak ifade etmekte zorlanmaktadırlar. Bu durum düzelmezse bazı gençlerde iş giriş ve çalışma durumunda iletişim kopukluğu sebebiyle zorluk yaşanabilmesi mümkün olabilir.

“Okumak yerine dinlemek tercih ediliyor” ifadesine Y kuşağının çoğu katılmamaktadır. Araştırma yaparken kütüphaneye gitmek Y kuşağının büyük çoğunluğu tarafından tercih edilmemektedir ve sınavlara sınav akşamı hazırlanıldığı Y kuşağının büyük çoğunluğu tarafından kabul edilmektedir. Y kuşağı öğrencileri genelde sınavlara son akşam hazırlanmaları

sebebiyle sınavlarda başarı oranları düşebilmektedir. Gençler kütüphaneye gitme alışkanlığı da kazanmalıdır böylece o atmosferi solumak kendilerini daha da araştırmaya ve gelişmeye teşvik etmektedir.

Y kuşağının internet kullanımı incelendiğinde “Bir çok sorun ve soruların çözüm kaynağının internet ve sosyal ağlarda olduğu düşünülüyor” ifadesi genel kabul görmektedir. Bilgiye ulaşma ve sorunları çözme de internet önemli bir mecra olarak görülmektedir. İnternet zaman tasarrufu açısından önemli olmakla birlikte örneğin bir ödev verildiğinde konu üzerine ek yorum yapmadan sadece yazılanların çıktılarını okumaya eğilimli oldukları görülmektedir. Bu durum ise düşünme ve ifade yeteneklerinin gelişmesinde sorunlar yaratabilmektedir.

“Bilgi araştırılırken önce wikilere ve bloglara bakılıyor” düşüncesi de Y kuşağı tarafından kabul görmektedir. Y kuşağı blogları takip etmekte ve önemli bilgi kaynağı olarak değerlendirmektedir.

“Ulaştığı bilginin doğruluğunu sorgulamıyor” ifadesine ebeveynlerin ve Y kuşağının büyük çoğunluğu katılmaktadır ve “ulaştığı bilginin niteliğini önemsemiyor” ifadesine ebeveynlerin büyük çoğunluğu katılmakta ve Y kuşağının çoğunluğu kararsız kalmaktadır. Y kuşağı ulaştığı bilginin doğruluğunu önemsememektedir. Y kuşağı ulaştığı bilginin doğruluğunu araştırmaya sevk edilmelidir, özellikle eğitim kurumlarında gençlerin geliştirilmesine yönelik olarak proje veya ek ödevler verilebilir.

Y kuşağının boş zaman alışkanlıkları incelendiğinde ebeveynler “sinema ve tiyatroya geç gidip erken çıkıyor” ve “roman okumak yerine çekilen filmini izlemeyi tercih ediyor” düşüncesine daha fazla katılırken, Y kuşağı “sinema ve tiyatroya geç gidiliyor erken çıkılıyor” görüşüne katılmamaktadır. “Roman okumak yerine çekilen film izleniyor” ifadesine Y kuşağının büyük çoğunluğu katılmaktadır. Bu durumlara göre Y kuşağı gençler genel olarak, rahatlarına düşkünler ve çalışmayı ve sosyalleşmeyi pek sevmemektedirler ve kendi dünyalarında yaşamayı tercih etmektedirler.

Sonuç itibarıyla, bilgi ve internet teknolojilerinin gelişmesine bağlı olarak iletişim biçimi ve araçları da değişmiştir. E-iletişim bireyler arasındaki iletişimin temel biçimi haline gelmiştir. Özellikle Y kuşağı olarak bilinen kuşak açısından e-iletişim kendine özgü bir yöntem ve temel iletişim biçimi haline gelmiştir. Y kuşağı için yaşam biçimi ve

iletişim “hızlı”, “kısa” ve “pratik” olandan yana tercih edilmiştir, fakat Y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanırken amaçlı ve bilinçli bir şekilde kullanmaları gerekmektedir, aksi takdirde bu teknolojiler zaman tasarrufu yanında, kullanımını bilmeme sebebiyle Y kuşağında zaman kaybına da yol açabilmektedirler. Y kuşağının iletişim teknolojilerini kullanırken şekil yanında içeriğe de önem vermeleri gerekmektedir.

### Kaynakça

- Adıgüzel, O., Batur, H.Z. & Ekşili, Z. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,1(19): 165-182.
- Aydın Ç. G. ve Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?, Electronic Journal of Vocational Colleges,1-15.
- Bandilli, M. (7 September 2015). Generation Y, technology and our strive for success, <https://futurelabeurope.eu/2015/09/07/generation-y-technology-and-our-strive-for-success/>,15.11.2016.
- Keleş, H.N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2): 129-139.
- Ramasubbu, S.(23 jun 2016).From Gen X to Y and Z: Technology and the Generation Gap,[http://www.huffingtonpost.com/suren-ramasubbu/from-gen-x-to-y-and-z-tec\\_b\\_7645410.html](http://www.huffingtonpost.com/suren-ramasubbu/from-gen-x-to-y-and-z-tec_b_7645410.html).
- <https://www.google.com.tr/search?q=generation+y&espv=2&biw=1366&bih=613&source=lnms&tbm=isch&sa=X&sqi=2&ved=0ahUKEwjOtp-,25.09.2016>.
- [mcbk12.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/06/.../23025025\\_atlmnv.sunu1ykua.pptx](http://mcbk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/06/.../23025025_atlmnv.sunu1ykua.pptx),10.10.2016
- <http://thebrandage.com/iis-hayatinda-x-ve-y-kusaginin-kisilik-ozellikleri-ayni-yontemleri-farkli/>,17.10.2016.
- <https://www.google.com.tr/search?q=generation+y+technology&espv=2&biw=1366&bih=613&source=lnms&tbm=isch&sa,15.10.2016>.
- <http://www.generationy.com/about-generation-y-in-the-workforce/generation-y-and-technology/>,13.10.2016.
- <http://www.pwc.com.tr/tr/basin-odasi/2015-basin-bulteni/is-hayatinda-y-kusagi-gencler.html>,24.01.2017.