

**KİŞİSEL DEĞERLER VE İNOVASYON YETENEĞİ ARASINDAKİ
İLİŞKİ: Z KUŞAĞI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

SONGÜL ÖZKAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI

DANIŞMAN

PROF. DR. ÖZNUR BOZKURT

DÜZCE, 2024

**KİŞİSEL DEĞERLER VE İNOVASYON YETENEĞİ ARASINDAKİ
İLİŞKİ: Z KUŞAĞI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA**

SONGÜL ÖZKAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI

DANIŞMAN

PROF. DR. ÖZNUR BOZKURT

DÜZCE, 2024

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KİŞİSEL DEĞERLER İLE İNOVASYON YETENEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: Z
KUŞAĞI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Songül Özkan tarafından hazırlanan tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından Düzce Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Girişimcilik Anabilim Dalı'nda **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Öznur Bozkurt

Düzce Üniversitesi

Jüri Üyeleri

Prof. Dr. Öznur Bozkurt

Düzce Üniversitesi

Doç. Dr. Emel Faiz

Düzce Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Hümeysra Taşçıoğlu Baysal

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Tez Savunma Tarihi: 05/01/2024

BEYAN

Bu tez çalışmasının kendi çalışmam olduğunu, tezin planlanmasından yazımına kadar bütün aşamalarda etik dışı davranışımın olmadığını, bu tezdeki bütün bilgileri akademik ve etik kurallar içinde elde ettiğimi, bu tez çalışmasıyla elde edilmeyen bütün bilgi ve yorumlara kaynak gösterdiğimi ve bu kaynakları da kaynaklar listesine aldığımı, yine bu tezin çalışılması ve yazımı sırasında patent ve telif haklarını ihlal edici bir davranışımın olmadığını beyan ederim.

5 Ocak 2024

Songül Özkan

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans öğrenim sürecim, benim için sadece akademik bir başarı değil, aynı zamanda hayatın zorluklarıyla başa çıkma süreciydi. Bu yolculukta karşılaştığım bir dizi zorluk ve değişikliklerle mücadele etmek için, değerli hocam Prof. Dr. Öznur Bozkurt'un sağlam rehberliği ve destekleriyle donandım. Tez dönemime denk gelen ameliyat ve sonrasında gelen birçok sorumlulukla baş etme sürecimde, değerli hocam Prof. Dr. Öznur Bozkurt'un sağladığı anlayış ve tez çalışmam sırasındaki sabrı, benim için sadece bir akademik rehber olmasına değil, aynı zamanda güç ve cesaret kaynağı olmasına vesile oldu. Kendisine yalnızca teşekkür etmek emekleri karşısında hafif kalacaktır.

Öte yandan bu komplike süreçte adeta bir editör gibi yanımda olan, çocukluğumdan bu yana sohbeti ve arkadaşlığından keyif aldığım sevgili dostum Sena Gültekin'e, bugünlerimi görmelerinden büyük keyif aldığım canım annem, babam ve yüksek lisans sürecimin rol modeli olan ablam Ayşegül Özkan'a içten teşekkürlerimi sunuyorum. Ayrıca, anketim için veri toplamama yardımcı olan, bana yol arkadaşlığı eden Erkan Daştan'a, Coop Cool ve Generation Z ekibine özel minnettarlığımı da ifade etmek isterim. Uzun yıllara dayanan iş birliğimizde sağladıkları destek, bu sürecin başarılı bir şekilde tamamlanmasında kritik bir rol oynadı. Onlarla birlikte çalışmak, bu sürecin daha anlam dolu ve verimli geçmesine katkı sağladı.

Bu deneyim, azmim ve çalışma hırslımın her zaman devam edeceğine dair bir güvence olarak kalacaktır. Gelecekteki başarılarımda da bu değerli desteklerin ışığında ilerlemeye devam edeceğim.

5 Ocak 2024

Songül ÖZKAN

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ŞEKİL LİSTESİ	ix
TABLO LİSTESİ.....	x
ÖZET	xii
ABSTRACT	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	2
1.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	2
1.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI	3
2. KİŞİSEL DEĞERLER	4
2.1. DEĞER.....	4
2.1.1. Değerlerin İşlevleri.....	5
2.1.2. Değerlerin Sınıflandırılması.....	6
2.2. KİŞİSEL DEĞERLER.....	7
2.2.1. Sorumluluk	8
2.2.2. Bağışlama	9
2.2.3. Doğruluk	11
2.2.4. Paylaşım	13
2.2.5. Dürüstlük	14
2.3. KİŞİSEL DEĞERLERİN OLUŞUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER	15
2.3.1. Kişilik	15
2.3.2. Aile	16
2.3.3. Eğitim	17
2.3.4. Çevre ve Kültür	17
2.3.5. İnançlar ve Dini Yönelim	18
2.3.6. Kitle İletişim Araçları	19

3. İNOVASYON YETENEĞİ.....	21
3.1. İNOVASYON.....	21
3.1.1. İnovasyonun Önemi ve Gelişimi	22
3.1.2. İnovasyon Türleri.....	24
3.1.3. İnovasyon Profilleri.....	25
3.1.4. İnovasyon Engelleri.....	27
3.2. İNOVASYON YETENEĞİ	30
4. Z KUŞAĞI	35
4.1. KUŞAK KAVRAMI.....	35
4.1.1. Kuşakların Sınıflandırılması.....	37
4.1.1.1. <i>Depresyon Kuşağı</i>	<i>39</i>
4.1.1.2. <i>Bebek Patlaması Kuşağı</i>	<i>40</i>
4.1.1.3. <i>X Kuşağı</i>	<i>42</i>
4.1.1.4. <i>Y Kuşağı</i>	<i>43</i>
4.1.1.5. <i>Z Kuşağı</i>	<i>45</i>
4.1.1.6. <i>Alfa Kuşağı.....</i>	<i>49</i>
5. MATERYAL VE YÖNTEM.....	52
5.1. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER.....	52
5.2. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	55
5.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	55
5.4. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ.....	56
6. BULGULAR.....	58
7. SONUÇ VE TARTIŞMA	86
8. KAYNAKLAR	96
9. EKLER.....	116
9.1. EK1: ÇALIŞMA ANKETİ	116
9.2. EK2: ETİK KURUL ONAYI	119
ÖZGEÇMİŞ	120

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 1. Araştırma Modeli.....	53
--------------------------------	----



TABLO LİSTESİ

	<u>Sayfa No</u>
Tablo 1. Kuşakların Sınıflandırılması.....	37
Tablo 2. Z Kuşağı Özellikleri	58
Tablo 3. Teknolojik Zaman	59
Tablo 4. Demografik Özellikler.....	58
Tablo 5. Tanımlayıcı İstatistikler.....	59
Tablo 6. Değişkenler Arası İlişkilere Ait Bulgular.....	60
Tablo 7. Kişisel Değerler ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	61
Tablo 8. Kişisel Değerler ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon..	62
Tablo 9. Kişisel Değerler ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	62
Tablo 10. Kişisel Değerler ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	63
Tablo 11. Kişisel Değerler ile Girişken İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	63
Tablo 12. Sorumluluk Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon ..	64
Tablo 13. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	64
Tablo 14. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	65
Tablo 15. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	65
Tablo 16. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Girişkenlik İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	66
Tablo 17. Bağışlama Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	66
Tablo 18. Bağışlama Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	67
Tablo 19. Bağışlama Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	67
Tablo 20. Bağışlama Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	68
Tablo 21. Bağışlama Kişisel Değeri ile Girişkenlik İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	68
Tablo 22. Dürüstlük Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	69
Tablo 23. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	69
Tablo 24. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	70
Tablo 25. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	70
Tablo 26. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Girişkenlik İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	71
Tablo 27. Doğruluk Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	71
Tablo 28. Doğruluk Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	72
Tablo 29. Doğruluk Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	72
Tablo 30. Doğruluk Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	73

Tablo 31. Doğruluk Kişisel Değeri ile Girişken İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	73
Tablo 32. Paylaşım Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	74
Tablo 33. Paylaşım Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	74
Tablo 34. Paylaşım Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	75
Tablo 35. Paylaşım Kişisel Değeri ile Yaratıcı/ Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon	75
Tablo 36. Paylaşım Kişisel Değeri ile Girişken İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon.....	76
Tablo 37. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Cinsiyet Açısından Farklılığı....	76
Tablo 38. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Yaşanılan Yer Açısından Farklılığı.....	77
Tablo 39. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Anne Eğitimi Açısından Farklılığı.....	78
Tablo 40. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Baba Eğitimi Açısından Farklılığı.....	80
Tablo 41. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Kardeş Sayısı Açısından Farklılığı.....	81
Tablo 42. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Kardeş Yaş Sırası Açısından Farklılığı.....	83
Tablo 43. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Birlikte Yaşanılan Kişiler Açısından Farklılığı.....	84
Tablo 44. Hipotezlerin Kabul ve Red Durumu.....	85

ÖZET

KİŞİSEL DEĞERLER VE İNOVASYON YETENEĞİ ARASINDAKİ İLİŞKİ: Z KUŞAĞI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Songül ÖZKAN

Düzce Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Girişimcilik Anabilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: Prof. Dr. Öznur BOZKURT

Ocak 2024, 119 sayfa

Günümüz iş dünyası, z kuşağının sahip olduğu benzersiz özellikleri ve değerleri anlamak adına bir keşif yolculuğuna çıkmıştır. Özellikle kişisel değerler ile inovasyon yetenekleri arasındaki derin bağlantı, iş dünyasının kalbinde atarken, bu çalışma da bu kritik konuya odaklanmaktadır. Kişisel değer, bir bireyin kişisel nitelikleri, becerileri, deneyimleri ve karakter özelliklerini kapsayan bir kavramdır. İnovasyon yeteneği ise, yeni fikirler üretme, mevcut süreçleri geliştirme ve sıradışı çözümler bulma yeteneği olarak tanımlanabilir. Bireysel değer ve inovasyon yeteneği bir araya geldiğinde, bireylerin kendilerini ve çevrelerini sürekli olarak geliştirebilmeleri mümkün olur. Bireysel değer ve inovasyon yeteneği, bireylerin kariyer gelişiminde ve organizasyonlarda liderlik rollerinde etkili olmalarına yardımcı olur. Bu yetenekler, toplumların daha rekabetçi, çeşitli ve sürdürülebilir bir şekilde gelişmelerine katkıda bulunur. Bu çalışmanın verileri, nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile toplanmıştır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem seçilmiş ve 1995-2010 yılları arası doğan z kuşağından 450 kişilik bir örneklem grubu üzerinde analizler gerçekleştirilmiştir. Bir dizi istatistiksel analize tabi tutularak kişisel değerler ile inovasyon yetenekleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Analiz sonuçları, z kuşağı bireylerinin kişisel değerlerinin, inovasyon yeteneklerini olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Elde edilen bulgular, organizasyonların, çalışanlarının kişisel değerlerini anlamalarının ve bu değerleri inovasyon süreçlerine entegre etmelerinin, daha yenilikçi ve rekabetçi bir ortam yaratmalarına yardımcı olabileceğini göstermektedir.

Anahtar sözcükler: İnovasyon, İnovasyon Yeteneği, Kişisel Değerler, Z Kuşağı.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONAL VALUES AND INNOVATION ABILITY: A RESEARCH ON GENERATION Z

Songul OZKAN

Duzce University

Graduate School of Education, Department of Entrepreneurship

Master's Thesis

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Oznur BOZKURT

January 2024, 119 pages

The contemporary business world has embarked on an exploratory journey to comprehend the unique characteristics and values of Generation Z. Particularly, as the profound connection between personal values and innovation capabilities pulsates at the heart of the business world, this study is focused on this critical subject. Personal value is a concept encompassing an individual's personal qualities, skills, experiences, and character traits. Innovation capability, on the other hand, can be defined as the ability to generate new ideas, improve existing processes, and find unconventional solutions. When personal value and innovation capability come together, individuals can continuously improve themselves and their surroundings. The amalgamation of personal value and innovation capability assists individuals in being effective in their career development and leadership roles within organizations. These skills contribute to the competitiveness, diversity, and sustainable development of societies. The data for this study were gathered through quantitative research methods using the survey technique. Convenient sampling was chosen as the sampling method, and analyses were conducted on a sample group of 450 individuals born between 1995 and 2010 from Generation Z. A series of statistical analyses were applied to examine the relationship between personal values and innovation capabilities. The analysis results indicate that the personal values of Generation Z individuals positively influence their innovation capabilities. The findings suggest that organizations understanding their employees' personal values and integrating these values into innovation processes can help create a more innovative and competitive environment.

Keywords: Innovation, Innovation Talent, Personal Values, Generation Z.

1. GİRİŞ

İş dünyası, teknolojik devrimin ve toplumsal değişimlerin belirlendiği bu çağda, önceki nesillerden farklı bir enerji ve vizyonla şekillenmektedir. Dünya üzerindeki inovasyon ve değişim rüzgarının ön safında yer alan z kuşağı, 1995-2010 yılları arasında doğan bireyleri kapsamakta, dijitalleşmenin ve teknolojinin hızla evrildiği bir dönemde yaşamlarını sürdürmektedir. Önceki kuşaklardan farklı bir perspektif ve deneyim setine sahip bu kuşak, bu çağın kilometre taşı olan inovasyonla toplumsal ve endüstriyel değişiklikler yapabileceği gibi iş dünyasını şekillendirme potansiyeline de sahiptir (Alp, Tuncer, Sulaiman ve Güngör, 2019: 805). Bir neslin ötesinde, Fütürist Ufuk Tarhan'ın da dediği gibi t-insan olma yolunda “geleceğin başarılı insan modeli” örneği z kuşağı, teknolojiyi sadece tüketen değil, aynı zamanda üreten, anlamlandıran ve topluma katkı sağlayan bir kuşağı temsil eder (Tarhan, 2023). Bu durum, kişisel değerlerin, teknolojik becerilerle entegre edildiği bir başarı modelini ortaya koyar. İnovasyon, mevcut durumu iyileştirmek veya yeni bir değer yaratmak amacıyla fikirleri, süreçleri, ürünleri ve hizmetleri geliştirme sürecidir (Manual, 2005: 46; Kahn, 2018: 454). Yaratıcılık, risk alma, problem çözme ve değişime adaptasyonu içeren inovasyon süreci bir organizasyonun veya bireyin rekabet avantajını artırmak, müşteri memnuniyetini sağlamak veya toplumda olumlu bir etki yaratmak için gerçekleştirilebilir.

İnovasyon yeteneği, bireyin veya organizasyonun inovasyon süreçlerini başarıyla yönetme ve uygulama kabiliyetini ifade eder (Lawson ve Samson, 2001: 384). Bu dijital çağın doğal bir ürünü olarak, z kuşağı bireyleri, benzersiz kişisel değerleri ile inovasyona yeni bir perspektif getirmekle farklı inovasyon yeteneklerini göz önüne sermektedir. Z kuşağı, kendi değer sistemini aile ve kültürü, dini inançları, eğitim hayatı, arkadaşlık ve ilişkileri, toplumsal normlar ve beklentiler, dijital medya doğrultusunda şekillendirirken, bu değerlerin inovasyon yetenekleri üzerinde ne tür bir etkisi olduğunu anlamak, sadece bu kuşağın geleceğine değil, aynı zamanda iş dünyasının geleceğine ve toplumsal dinamiklere daha aydınlatıcı bir yorum getirmemize olanak tanıyacaktır.

Bu çalışmanın literatürü üç temel bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, değer kavramı, işlevleri, değerlerin sınıflandırılması ve kişisel değerlerin oluşumuna etki eden faktörler

(kişilik, aile, eğitim, çevre ve kültür, inanç ve dini yönelim, kitle iletişim araçları) incelenmiştir. Ayrıca Roy (2003)'un Kişisel Değerler Envanteri kapsamında kişisel değerlerin boyutları (sorumluluk, bağışlama, doğruluk, paylaşım, dürüstlük) ele alınmıştır. Akabinde, ikinci bölümde inovasyon yeteneği üzerinde durulmuş ve inovasyon kavramı, önemi, gelişimi, türleri, profilleri ve engelleri detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilen Bireysel İnovasyon Ölçeği çerçevesinde inovasyon yeteneği boyutları (fikir lideri, maceraperest, yaratıcı/özgün, girişken) incelenmiştir. Daha sonra, katılımcıların demografik özellikleri detaylı bir şekilde analiz edilmiş ve kişisel değerler ile inovasyon yeteneği arasındaki ilişkiyi anlayabilmek adına regresyon, korelasyon, fark analizi gibi istatistiksel yöntemler kullanılarak kapsamlı bir analiz gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular, kişisel değerler ile inovasyon yeteneği arasındaki ilişkiyi açıkça gözler önüne sermektedir.

1.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu araştırmanın temel amacı, 1995-2010 yılları arasında doğan z kuşağının baz alınan ölçekler dahilinde sahip olduğu kişisel değer algılarını ölçmek ve bu kişisel değerler ile inovasyon yetenekleri arasındaki potansiyel ilişkileri açığa çıkarmaktır. Araştırmanın bu konudaki kapsamlı değerlendirmesi, akademik ve iş dünyası alanlarında kullanışlı bir kaynak sunarken, z kuşağının kişisel değerlerinin inovasyon yetenekleriyle olan ilişkisini vurgulayarak, bu ilişkinin sonucunda ortaya çıkacak değişimin bir parçası olmak veya yönetmek isteyen araştırmacılara, liderlere ve organizasyonlara önemli perspektifler sunacaktır. Bu araştırmanın bir diğer amacı ise, araştırmaya katılan z kuşağının demografik özelliklerine göre kişisel değer ve inovasyon yeteneklerinin farklılaşp farklılaşmadığının tespitini yapmaktadır. Literatüre katkıda bulunmak amacıyla yapılan bu çalışma, z kuşağının kişisel değerleri ile inovasyon yetenekleri arasındaki ilişkisi sonucunda iş dünyası, kariyer gelişimi ve toplumsal dinamikler gibi önemli konularda okuyuculara farkındalık kazandırmayı hedeflemektedir.

1.2. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Bu çalışmanın temel problemi "Z kuşağının kişisel değerleri inovasyon yetenekleri üzerinde nasıl bir belirleyiciliğe sahiptir" sorusuna cevap aramaktır.

1.3. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın sınırlılıkları arasında, bu çalışmanın sadece belirli bir sayıdaki z kuşağı temsilcisi üzerinde yapılmış olması yer almaktadır. Bu durum, genellemelerin sınırlı olabileceği anlamına gelir. Örneklemin genişletilmesi araştırma sonuçlarının daha genellenebilir hale gelmesine olanak tanıyacaktır.



2. KİŞİSEL DEĞERLER

2.1. DEĞER

Değer, yaşantımıza soyut bir kavram olarak girmiş olup, ilk araştırıldığı yıllardan itibaren farklı disiplinler tarafından anlaşılmaya çalışılmıştır. Ancak, bakış açısı farklılıkları nedeniyle, bu disiplinler arasında özgü manalar ortaya çıkmıştır. Değerin tamamını kavrayabilmek için farklı yorumlanış biçimlerini bir araya getirmek doğru olacaktır. Literatür taraması sonucu kavramın üzerinde birçok farklı tanımın olmasına karşın ortak kanılarında mevcut olduğu görülmüştür. Kavramı ilk kez Znaniecki sosyal bilimler ile ilişkilendirerek Latince anlamının “valere” kökünden gelen “kıymetli olmak” veya “güçlü olmak” şeklinde açıklamıştır (Aydın, 2003: 104, Kurt, 2015: 20). Bir şeye karşılık olma anlamını da taşıyan, “değmek” kökünden gelen kavram Osmanlıca’da “kıymet, paha, cevher” şekliyle anılmıştır (Ballı ve Ballı, 2014).

Znaniecki ile birlikte Sosyolojide anılan değer, bu grup üyeleri için genellikle gelenek ve ideolojilere odaklanan tanımları içermektedir. Kavramı tanımada toplum çerçevesinden açıklama getiren Sosyolojiye ek, bireyi baz alan açıklamalar Psikolojiden gelmiştir. Bu bilimde kişisel güdümlerin önemi vurgulanırken; Antropoloji disiplini ile de kişisel yaşam biçimleri ve kültürel kalıplar ortaklaşa ele alınmış ve kendinden önceki bahsi geçen iki disiplini kucaklayıcı yorumlar getirilmiştir (Vinson, Scot, ve Lamont, 1997: 44). “Ahlak Felsefesi ve Etik” başlığı altında felsefi açıdan irdelenen kavram literatürdeki bazı çalışmalarda erdemlilik hususu üzerinde çokça durmuş, din ve değeri insanın anlam arayışına ortak bir klavuz olmakla örnek göstermiştir (Arvas, 2018: 43-48). Tarihte sayısız araştırmacı tarafından derinlemesine incelenen değer için genellikle; değer in içeriğini, kapsayıcılığını, nereden geldiğini belirlemeye yönelik çalışmalara Rokeach ve Schwartz kaynaklık etmiş, kavramın zenginleşmesine olanak sağlamışlardır.

Değerin kaynağını açıklamakta ayrılığa düşen araştırmacılar için, bu kavramın kökenini belirlemek kolay olmamış, bu da çeşitli anlaşmazlıklara yol açmıştır. Bu konuda ortaya atılan iki teori, bu iki araştırmacı tarafından başka çalışmalara referans olmuştur. Teorinin ilki kaynak olarak tanrının, ikinci ise insanın varlığını kabul etmiştir. Kaynağı tanrı olarak baz alan çalışmalarda kavramın manasını değiştirmenin ve sorgulamanın insanlar

tarafından yapılamayacağı, insanı baz alan çalışmalarda ise kaynağı insan olan bir kavramın içeriğinin sürekli değişeceği düşünülmektedir (Akbaş, 2004: 132; Arvas, 2018: 43-46). Dinlerin ve felsefenin iddiası şeklinde gruplanabilecek bu iki iddiaya ek, daha objektif bir kaynağa erişmeyi bekleyen değer, evrensel, toplumsal ve kişisel değerler şeklinde de gruplanabilmektedir.

2.1.1. Değerlerin İşlevleri

Değerlerin bireyler arası kesin olarak genetik ile aktarılmadığı göz önünde bulundurulduğunda sosyal yaşamdan öğreniliyor ve bu sayede kuşaklar arası taşınıyor olmaları gayet olağandır (Yılmaz, 2013: 132-133). Kurt (2015: 21) bu kanıya istinaden kültürden bağımsız olarak düşünilemeyecek olan değerlerin ideolojiler, inançlar, simge ve yaşantılar bütünü olduğunu savunmuştur. İnsanların önemli gördüğü şeylerin peşinden gitmek istedikleri hedefler şekliyle de karşımıza çıkan kavram bireyler için bir eylem kılavuzu olarak görülmektedir (Roccas, Sagiv, Schwartz ve Knafo, 2002: 790). Kavramla ilgili çeşitli araştırmacılar:

- Yaşam standartlarıdır,
- İdeal davranma birimidir,
- Bilişsel bir sürecin sonucudur,
- Sosyal rolleri seçmede rehberdir,
- Daha uygun bir kişilik tanımının ölçü birimidir,
- Kontrol ve baskı aracı olarak kullanılan bir mekanizmadır,
- Geniş çapta yanlışları düzeltmeye yardımcı olan köprü kavramdır,
- İnsanların tutum ve davranışlarını iyi kötü, doğru yanlış, güzel çirkin, günah sevap gibi kategorileştirmeyi sağlayan zamana ve mekana göre değişebilen tercihli davranış bilimidir, şeklinde yorumlar yapmışlardır (Allport ve Vernon, 1931: 231; Gündoğan, 2007: 78; Ledden, Kalafatis, Samouel, 2007: 966; Rassin, 2008: 615; Kluckhohn, 2013: 395; Arvas, 2018; Demirtaş, 2021;).

İnsanları birbirinden ayırmak temelinde yargılama aracı olan değer, bireylerin hayatı boyunca davranışlarına yön veren bir güç olmuştur (Pitts, Canty ve Tsalikis, 1985: 269; Roccas vd., 2002: 790). Nasıl davranmak istediklerini bir müddet sonra kendi inançlarına dönüştüren bireylerin, kararları ve eylemlerini yönlendirmesi dışında kavramı adeta bir

yaşam tarzı şeklinde açıklamak mümkündür (Vinson vd.,1977; Dökmen, 2000; Bilgin, 2003: 80-81; Şahin ve Özdemir, 2021: 1258;). Tercihlere göre davranış sergileme biçimi, tercihin kriteri ya da standardı kavramın özüdür. Kullanılmayan değerlerin zamanla kaybedilebilirliğinin muhtemel olduğu şartlarda, kavramın dinamik yapısı dikkat çekmektedir. Tutum ve davranışların değere yön veren iki kavram olarak karşımıza çıktığı çalışmalarda kavramın toplum ve kültür ile ilişkisi de açıkça görülmektedir (Dökmen 2000: 279-295). Davranışlara rehberlik eden ilkeler bütünü şekliyle, literatürde çokça karşımıza çıkan ve kişilerin kendi kültürlerinin etkisi ile değişebileceği değeri ölçmek için sayısız farklı popüler ölçeğin olduğu literatür incelemesinde görülmüştür (Daghfous, Petrof ve Pons, 1999: 317). Bu noktadan hareketle, insanları belirli gruplamalara göre değerlendirmeye olanak tanıyan bu kavramın, davranışlarımız üzerindeki etkisinin ne kadar önemli olduğu vurgulanmıştır (Roccas ve Sagiv, 2010: 30).

2.1.2. Değerlerin Sınıflandırılması

Felsefe, Sanat, Antropoloji ve Ekonomide dahi kendine anlam bulan kavramın evrenselleştirilmesi için hem ülkemizde hem de dünyanın farklı bölgelerinde çeşitli çalışmalar yürütülmüştür. Sıkça objektif bir varoluşa sahipliği veya sahipsizliği ile subjektif bir değerlendirmenin sonucu olma veya olmama durumu tartışmalarının ortasında kalan değer, literatürde türlü sınıflandırmalara sahip olmaktadır. Bunlardan en sık karşımıza çıkan gruplandırma dini değerler ve akılcı, hümanist değerler şeklindedir. Kimliğimizi, kişiliğimizi dolayısıyla bizi biz yapan şeylerin değer seçimlerimizde yattığını savunan araştırmacılar tarafından inanç yönünden değer, başta ülkemiz inancı İslam olmak üzere başka dinlerde de adalet, insan saygı, şefkat, merhamet, hoşgörü gibi pek çok kavramı içinde barındırdığı kabul görülmüştür (Akbaş, 2004: 140). Bu gruplandırmaların yanı sıra sık görülen bir diğeri gruplandırma ise Schwartz ve Rokeach etrafında dönmektedir.

Günümüzde popülaritesini koruyan, değer çalışmalarının hemen hemen hepsinde ismi geçen Schwarz'tın değerler sistemi iki temel boyuttan oluşmaktadır. Değerlerin kişilerin önem verdikleri durumlara, özelliklere göre değişebileceğini savunan araştırmacı 75 ülkede yaptığı incelemesi ile değerler sistemini evrenselleştirmiştir (Schwartz, 2016: 3). Bu iki temel boyut, değişime açıklık-muhafazakarlık; takdir ve saygı görme-kendini aşma 'dan oluşmaktadır ve 10 alt boyuta sahiptir. Değişime açıklık-muhafazakarlık boyutu temel kişisel değerleri baz alır ve "kendini yönlendirme, uyarılım, hedonizm, güvenlik,

uyumluluk ve geleneksellik” değerlerini kapsar. Takdir ve saygı görme-kendini aşma boyutu ise kültürel farklılıklardan doğan normatif değerleri baz alarak “evrensellik, yardımseverlik, güç ve başarı” değerlerini baz almaktadır (Schwartz, 1996: 122-123; Schwartz, 2011: 1; Demirtaş, 2021: 23). Değerlerin her insana göre değişiyor olmasının altında, motivasyonel farklılıkların olduğunu belirten araştırmacının çalışmalarında olduğu gibi Rokeach ’in çalışmaları da değerın oluşumunu tasdikler şekliyle kültür, eğitim, ebeveyn yetiştirme tarzı, yaşanan olaylar gibi faktörlerin kavramın etki alanına girdiğini söylemektedir (Roccas vd., 2002: 790; Parks-Leduc, Feldman, Bardi, 2014).

Alanda çalışmaları ile ünlü ve değer sınıflandırılmasında kaynak alınan ikinci isim Rokeach (1973: 28)’e göre, değer her zaman yaşama amacı şeklinde kalıcı inancı simgelemektedir. Bununla beraber araştırmacının, “bireysel veya toplumsal zıt davranış biçimleri” şeklinde açıklaması, değerleri amaç değerler ve araç değerler olarak iki gruba ayırmaktadır (Vatan ve Özsoy, 2007). Amaç değerler, bireyin hayatta ulaşmak istediği temel hedefleri ifade ederken; bu hedefler arasında rahat bir yaşam, içsel huzur, gerçek sevgi, başarı duygusu, ulusal güvenlik, barış içinde bir dünya, zevk, güzelliklere duyulan ilgi, kurtuluş, eşitlik, öz saygı, aile güvenliği, sosyal tanınma, özgürlük, gerçek dostluk, mutluluk ve bilgelik yer almaktadır. Araç değerler ise, bireyin bu amaçlara ulaşmak için benimsediği kişisel özellikleri yansıtarak; hırslı ve istekli olma, hayal gücünü güçlü kullanma, geniş bir ufka sahip olma, bağımsızlık, yetenek, entelektüellik, neşe, mantıklı düşünce, temizlik, sevgi dolu ve sevecen bir tutum, cesaret, itaatkârlık, affedicilik, kibarlık, yardımseverlik, sorumluluk, dürüstlük ve öz kontrol gibi değerlerden oluşmaktadır.

Değerleri sınıflandırmada bir diğer aktör ise Spranger’dır. Değerler ölçeği bulunan Spranger, değerleri 6 temel boyuta ayırmış ve her insanın mutlaka bir değer tiplemesine gireceğini savunduğu değeri somutlaştırmada Lurie’yi rol almaştır. Lurie’nin 144 madde üzerindeki faktör analizi ile Spranger, sosyal, kültür karşıtı, teorik ve dini olarak 4 ana boyut; açık fikirlilik, pratiklik ve estetik olarak ise 3 alt boyutun literatüre kazandırılmasını sağlamıştır (Asan, Ekşi F., Doğan ve Ekşi H., 2008: 17-18).

2.2. KİŞİSEL DEĞERLER

Teoriler tipik olarak değerlerin, zamanla değişmeye eğilimli daha belirli inançları, normları ve tutumları şekillendiren ve yönlendiren kalıcı eğilimleri yansıtan geniş

inançları kapsadığını varsayar (Feather, 1995: 1136). Bununla beraber spesifik bilişsel yapılar, değerlerin davranış üzerindeki etkisinde aracı rolü üstlenir. Spesifik bilişsel yapılar, kişinin değerleriyle ilişkilendirilen düşünce, inanç veya algısal süreçleri içermektedir. Bu bakış açısı ile değerlerin davranışlar üzerinde etkisi Sosyal Psikoloji alanında geniş çapta kabul görmüş ve çeşitli araştırmalarla desteklenmiştir. Örneğin, Nordlund ve Garvill (2003: 345) “Değerlerin, sorun farkındalığının ve kişisel normların kişisel araç kullanımını azaltma isteği üzerindeki etkileri” ni ölçtükleri çalışmalarında, değerlerin çevre sorunlarının farkındalığı ve araba kullanımını azaltmak için kişisel normlar -ahlaki yükümlülük duyguları- ile ilişkili olduğunu, kişisel normların ise araba kullanımını azaltma isteğinin tek önemli nedeni olduğunu bulmuşlardır. Genel olarak, bu ve benzeri çalışmalar, değerlerin bireylerin eylemleri üzerindeki etkisine aracılık eden inançlar, tutumlar ve normlar ile değerlerin davranışı şekillendirmede temel bir rol oynadığı fikrini desteklemektedir.

2.2.1. Sorumluluk

Literatürde farklı açılardan ele alınan sorumluluk kavramı, kişilik özelliği olma ve toplum tarafından talep edilmesine karşın bilinçli ve duyarlı hareket etme durumu şekliyle karşımıza çıkar. Kesici (2018: 967), kavramı bir “duyarlılık yetisi” olma şeklinde ifade eder. Bu duyarlılığın kazanılması ise bireylerin çocukluk yaşlarından itibaren aile değerlerinin ve ardından kültürel değerlerin yüklenmesi ile oluşmaktadır. Yeşil (2014: 290), kavramı bireylerin inanç ve hedefleri doğrultusunda içsel bir sürecin dışavurumu ve toplum tarafından çeşitli normlara uyma ve beraberinde gelen sorumluluğunu alma şeklinde yorumlar. Kavrama geniş bir pencereden bakıldığında ise, bir yaşam becerisi benzetmelerinin doğasında; doğrudan gözlenebilir olması ve davranışa yansımalarının yattığını görmek mümkündür (Sezer, Çoban ve Akşit, 2017: 123). Bu beceri, bazı kaynaklara göre duygusal bir kavram olarak da ifade edilebilir. Felsefi bir bakış açısına göre, bireylerin doğumları ve sonraki seçimleri, inanç sistemleri ve etik bakış açısı kazanarak sorumluluk üstlenmelerine yol açar (Kesici, 2018: 968).

Güçlü sorumluluk duygusu sergileyen bireylerin, toplum yanlısı oldukları ve toplumu ilgilendiren konularda daha duyarlı davrandıkları çeşitli çalışmalarca kanıtlanmıştır (Schultz, 2001: 336; Steg, De Groot ve J. I. M, 2012: 11). Sorumluluk sadece yükümlülükleri yerine getirmekle ilgili değil, aynı zamanda dürüstlük, güvenilirlik ve hesap verebilirlik göstermekle de ilgilidir. Bireyleri etik seçimler yapmaya, başkalarının

refahını düşünmeye ve toplumun iyileştirilmesine aktif olarak katkıda bulunmaya yönlendiren bir değerdir. Bireysel nedenler için, neden sunabilmenin de kaynağıdır (Steg vd., 2012: 12). O halde, bireyin içsel ve dışsal sürecini bütünüyle şekillendirdiği bu değer, bireylere kazandırılması oldukça önemlidir.

Sorumluluk değerine ilişkin araştırmalar genellikle karakter gelişimi, ahlaki muhakeme ve sosyal, duygusal becerilere odaklanır. Şahan (2011: 39-40), Sezer vd., (2017: 124-126), Özen (2015: 13-16) gibi daha pek çok araştırmacı, sorumluluğun sınıflarının da bulunduğunu. çalışmaların dile getirmiştir. Toplumsal ve bireysel açıdan anlam kazanan kavramın, sınıfları da bu doğrultudadır. Çünkü sorumlulukla ilgili yapılan çalışmalar tek bir sorumluluk kavramının doğasındaki çeşitliliği doğru ifade etmediğini savunmaktadır (Kesici, 2018: 977). Kesici, lise öğrencilerinin sorumluluk düzeyinin incelenmesi bağlamında ortaya koyduğu "Farklı okullarda okuyan ve sorumluluk algıları diğer gruplara nazaran yüksek çıkan meslek lisesi öğrencilerinin sorumluluk algıları yüksek iken başarı oranları diğer gruplara göre düşük çıkmıştır." teziyle, literatürdeki başarı ile sorumluluğun ilişkisine dikkat çeker. Bu durum, sadece performans odaklı toplum beklentilerini karşılamak yerine duygu temelli, inanç ve hedeflere odaklanma içsel boyutunu kapsayan kişilik özelliklerinin, özellikle sorumluluk ilkesinin, akademik başarıyla doğru orantılı olmadığını gösterir. Meslek lisesi öğrencilerinin yüksek sorumluluk algılarına rağmen düşük başarı oranları, bu durumun kişinin içsel değerleri ve sorumluluk anlayışıyla ilgili olduğunu ortaya koyar. Sorumluluk, sadece akademik başarıya odaklı bir performans ölçütü değil, aynı zamanda duygusal bağlamda, inançlara ve hedeflere yönelik içsel bir özellik olarak değerlendirilmektedir.

Özetle genel olarak sorumluluk farklı boyutları kapsar ve kişisel, sosyal, profesyonel ve çevresel bağlamlarda uygulanabilir. Etik davranışı, hesap verebilirliği ve bireylerin ve toplulukların refahını destekleyen hayati bir değerdir.

2.2.2. Bağışlama

Bağışlama 1985'ten bu yana psikoloji, sosyoloji ve felsefede kapsamlı bir şekilde incelenmiş ve hayatın çeşitli yönlerinde önemini vurgulamıştır (Freedman, Enright ve Knutson, 2005). Bireysel ve toplumsal açıdan duygusal, bilişsel, davranışsal ve motivasyonel olarak ele alınabilen değişken doymuş bir literatüre sahiptir (Fehr, Gelfand

ve Nag, 2010: 907; Şener ve Çetinkaya, 2015: 26). Siyaset bilimciler gruplar arası çatışmalar, filozoflar gerçek anlamı ve ahlaki değerlerle örtüştüğü yerler, din bilgileri ise inanç sistemlerindeki merkeziyetçi rolü üzerine odaklanmışlardır (Fehr vd., 2010: 895). Affetme olarakta kaynaklarda bahsi geçen fenomen zarar veren birine karşı küskünlük, öfke veya intikam alma arzusunun karşılığında olumsuz duyguları salıvermeyi, iyileşmeyi, uzlaşmayı ve beraberinde gelen kişisel iç huzuru temsil eder (Alpay, 2009: 3; Hui ve Cahau, 2009: 142). Kara (2009: 222) bağışlamayı “bireylerin hak etmediği bir acı ile baş başa kalması sonucu öç alma hissiyatıyla kin ve nefreti seçmek yerine merhamet göstermesidir” şeklinde açıklar.

Bağışlama konusu üzerinde yapılan araştırmalar kavramın oluşumuyla ilgili farklı perspektifler sunmaktadır. McCullough ve diğer araştırmacılar bağışlamayı bir güdülenme olarak değerlendirirken, bazı araştırmacılar ise gelişmenin sürdürülmesi olarak görür (McCullough, 1999; Witvliet, 2001; Aktaran: Sarı, 2014: 1496). Ancak, bu iki perspektif arasında bir ilişki olduğu söylenebilir. Bağışlama, bir kişinin kendi içsel huzurunu ve başkalarına yönelik hoşgörüsünü devam ettirme pratiğidir. Bu kişinin öfke, kırgınlık veya haksızlık gibi olumsuz duyguları bırakarak, iç huzuru ve barışı yeniden sağlama çabasıdır. Baumeister ve Exline (2000) ‘e göre zarar gören birey ile ona bu zararı veren birey arasında bir “hesabı kapatma” metaforudur.

1984 yılında Nobel Barış Ödülünü kazanan insan hakları aktivisti Desmond Tutu (1998) "affetme olmadan gelecek yoktur" şeklinde açıklaması ile aslında bağışlamanın karmaşık ve bireysel bir süreç olduğunu akabinde kişisel gelişim ve dayanıklılıkla taçlanarak gelecek inşasında önemli bir rolü olduğunu vurgusunu yapmıştır (USA Today, 2021). Bağışlama çok sayıda psikolojik çalışma da bireylerin başkalarını affetmesinin ardından stres, kaygı ve depresyon düzeylerinde azalma görülmesine, ayrıca özgüvenin artmasına ve genel psikolojik iyi oluşa yol açabileceğini göstermiştir. Bununla beraber ilişkiler açısından onarılmayı sağlayan değişken yalnızca psikolojik değil beraberinde gelebilecek fiziksel sorunların da önüne geçilmesini sağlamaktadır (Bradfield, Aquino, 1999: 607-631; Worthington Jr, Berry, Hook, Davis, Scherer, Griffin ve Campana, 2015 :80-82). Worthington vd., (2015: 24-26), bağışlama değerlerinin çatışma çözümü üzerindeki etkisini incelediği çalışmalarında, bağışlamaya öncelik veren bireylerin, uzlaşma, yapıcı çatışma çözme stratejilerini benimseme olasılıklarının daha yüksek olduğunu ve bunun da daha iyi ilişki sonuçlarına yol açtığını tespit etmiştir. Bağışlamanın bireyler üzerindeki

hafifletici rolünün bulunmasının yanı sıra Türkiye’de yapılan birçok araştırma gösteriyor ki bağışlama değişkeni bireyler üzerinde durup düşünülmesi gereken bir problem algısı yaratmaktadır. Araştırma sonuçları bireylerin başkalarına olan güvenlerinin sarsıldığını bununla beraber bağışlama reflekslerinin yavaşladığını göstermektedir (Yılmaz, 2013: 139).

Bağışlama karşılıklı olabileceği gibi bireyin kendisini bağışlaması ya da durumu bağışlaması şeklinde içsel bir yolculuk da olabilmektedir (Şener, ve Çetinkaya, 2015: 27). Bu süreç literatüre farklı aşamalar şeklinde geçmiştir. Hemen hemen hepsinde ana çevre aynı olmakla birlikte, kişinin kendi hislerini anlaması ile başlayıp, empati kurmasıyla devam eden ve bağışlamanın kendi dışındaki bir bireye yönelik yapılacak işe, karşısındaki için değil kendisi için bir kazanım olarak görmesiyle sonlanmaktadır (Kara, 2009: 227; Kymenlaakso, 2012: 440). 1970’lere kadar dini bir konu olarak görülürken sonraları bilimsel çalışmalara ev sahipliği yapmasıyla birlikte kavram, farklı konu başlıklarıyla bir arada anılmaya başlamıştır. Örneğin kişisel özellikler ile birlikte çalışıldığı araştırmalarda her bireyin özelliklerinin farklı olmasına dikkat çekilmiş bu sebeple de bağışlamanın da bireyler bazında değişebileceği ön görülmüştür (Karduz, 2019: 57). Ayrıca bağışlama eylemi yapılması istenen kişininde karakteristik özellikleri önemlidir (Helmick ve Peterson, 2001). Bağışlamanın bir başka unsuru da, iki kişi arasında kalmaması, çevre faktörü ile haksızlıklarla karşı karşıya kalan bireyden toplumsal bir olaya dönüşmesi gibi kritik durumlar da söz konusudur (Karduz, 2019: 57).

2.2.3. Doğruluk

Bilginin algılanması, işlenmesi ve içselleştirilmesiyle bireyin epistemolojik inançları oluşur. Bu inançlar bireyin karşılaştığı bilgiyi anlamasına, yorumlamasına harcanan çaba ve zaman gibi farklı faktörlere göre şekil alır. Bilgiyi kendine göre yorumlayan birey gerçeklikle uyumunu arar ve bu sorgulayıcı yaklaşımdan doğruluk kavramını ortaya çıkar (Dönmez ve Yücel, 2020: 516). Klasik yaklaşımlar doğruluğu ilahiyat havası olan bir kavram olarak ele alır (Balckburn, 2018: 13). Osmanlıca’da hakikat olarak da anılan kavram sadakat, dürüstlük, adalet gibi kavramlarla sık sık iç içe kullanılır (Gül, 2013: 89).

Pennycook, Cheyne, Fugelsang, Seli ve Koehler (2015: 337), doğruluk değerinin inanç oluşumuna etkisini ölçtükleri araştırmada bireylerin inançlarını şekillendirmede çok önemli bir rol oynadığını ve insanların yanlış olanlara göre doğru ifadeleri kabul etmeye

yönelik bir önyargı sergilediğini kabul etmişlerdir. Doğru olmanın, doğruyu algılamının kriterleri üzerinde çeşitli yorumlar bulunmaktadır. İnanç da bunlardan biridir. Zira bireylerin inandıkları bilginin kaynağında doğruluğundan emin olma düşüncesi yatmaktadır. Zihinsel deneyim ve mevcut bazı depolanan anıların, kişilerin doğruluk algısı üzerindeki etkisi başka araştırmalarda da açıkça görülmektedir. Yücel ve Dönmez (2002: 522) üstün yetenekli öğrencilerin STEM alanlarındaki (bilim, teknoloji, mühendislik, matematik) tutumları ve epistemolojik inançlarını ölçtükleri araştırmalarında öğrencilerin epistemolojik inançlarının "yetki ve doğruluk" ve "bilginin kaynağı" boyutlarında geleneksel düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. Buradan yola çıkarak aile, okul, kültürel ortam, inanç sistemi gibi, bireyin çevresini oluşturan yapıdan doğrudan etkilendiği, bilgiyi edinme ve ona doğruluk atfetmelerinin ilişkili olduğu söylenebilmektedir.

Doğruluk kavramı kendi içinde kullanıldığı yere göre anlam kazanabilmektedir. Örneğin hilesizlik, hatasızlık davranış şekli, düşüncenin gerçekle uyuşması, yalandan uzak olma, kurala uygunluk, yaratıcının bir niteliği olarak inançsal doğruluk gibi merkezde benzer ilkelerin olduğu fakat hayatın farklı noktalarına temas ettiği görülür. Topluma yayılmış bir doğruluk için, değer anlayışının benimsendiği toplumun, problemlerini çözmede fayda sağlanacağı düşünülen çalışmalar mevcuttur. Bu kanıyı destekleyici unsur olarak ülkemiz için küçük yaşlarda bireylere Ortaöğretim programlarında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi derslerinde doğruluk eğitimleri verildiği çalışmalarda örnek gösterilmektedir (Gül, 2014: 124-136). Aynı zamanda bir erdem olarak anılan doğruluk farklı dinlere meshup toplumlar için de önemli bir yere sahiptir. Yahudiler, museviler için anahtar erdem doğrulukken, Budizm’de de doğruluk ve dürüstlük kavramları ön plana çıkmaktadır. Ticaretlerinden günlük hayatlarına kadar tüm yaşamlarında doğruluk üzerine yaşamaya çalışırlar (Tarhan, 2011: 32). Akademik çalışmalar, doğruluğun farklı yönlerini ve etkilerini dinler felsefesi başlığı altında çokca ele almaktadır. Doğruluğun, bilgi, iletişim, öğrenme ve karar verme süreçlerinde önemli bir rol oynadığı kabul edilmektedir. Ancak, doğruluk algısı ve değerlendirmesi, kişisel deneyimler, bilişsel süreçler ve toplumsal faktörler gibi birçok etkene bağlı olarak farklılık gösterebilir. Bu nedenle, doğruluk kavramı üzerine yapılan akademik çalışmalar, daha derin bir anlayış sağlamak ve bu karmaşık konuyu daha iyi kavramak için önemli kaynaklar olarak değerlendirilebilmektedir.

2.2.4. Paylaşım

Oxford English Dictionary'ye göre "Bir şeyin diğerleriyle bölüşülmesi, ortaklaşa kullanılması veya aktarılması." şeklinde açıklanan paylaşım, bilgi, deneyim, mal veya hizmet gibi farklı şeyleri içerebilir ve insanlar arasında iletişim ve etkileşim süreçlerine katkıda bulunabilir. Paylaşımın değeri ve önemi üzerine yapılan çalışmalar sosyal bağların güçlenmesine, bilgi akışının artmasına buna bağlı olarak ilişkilerin derinleşmesine, öğrenme süreçlerinin geliştirilmesine katkıda bulunduğunu ortaya koymuştur. Sosyal bilimler ve iletişim çalışmalarında sıklıkla incelenen kavram; sosyal paylaşım teorisi, insanların deneyimleri ve bilgileri nasıl paylaştığını ve bu paylaşımın ilişkiler, gruplar ve toplumlar üzerindeki etkilerini açıklamaya çalışır. Sosyal ilişkilerin mihenk taşı olarak kabul edilen paylaşım için bireyler herhangi bir konudaki fikirlerini, deneyimlerini, becerilerini birbirleriyle paylaşarak toplumsal bağlarında gelişmesine katkıda bulunur. Sheldon ve Gunz (2009) bireylerin birbirleriyle paylaşımında kalmalarının hayatta kalmaları için merkezi olduğundan bahseder. İnsanların psikolojik ihtiyaçları düşünüldüğünde -özerklik, ilişkililik, yetkinlik- etrafıyla paylaşımında olma tatmini önemli bir noktadır.

Öte yandan literatürde endüstri devrimiyle birlikte küreselleşen dünyada, teknolojinin de etkisiyle insanların birbirinden uzaklaştığını savunan çalışmalar mevcuttur. Kültürlerin melezeleştiğini savunan Çoban (2010: 346) çalışmasında kültürler arası paylaşımın minimize olmasından bahseder. Fakat modern teknolojinin gelişmesiyle sosyal ağlar üzerinde e-paylaşım yaygınlaşmıştır. Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması paylaşım değerini farklı bir zemine oturtmuş ve her geçen gün şekil değiştirerek büyümesine olanak sağlamıştır (Öztürk, 2014: 6284-6286). Bireyler, e-paylaşım aracılığıyla bilgi ve deneyimleri hızlı bir şekilde paylaşabilir, iş birliği yapabilir ve iletişim kurabilir duruma gelmiştir. Aynı zamanda, e-paylaşım, bilgiye erişimi kolaylaştırır, iş süreçlerini hızlandırır ve kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasına yardımcı olur. E-paylaşım ile ilgili literatürde özellikle, gizlilik, güvenlik ve telif hakları gibi konular, e-paylaşımın etik ve yasal boyutları hususunda tartışmalıdır (Öztürk, 2014). Paylaşımın ekonomik, sosyal ve psikolojik boyutlarını inceleyen akademik çalışmalar ise farklı bağlamlardaki etkilerini anlamamıza yardımcı olur. Ekonomik olarak kaynakların paylaşımı, maddi kaynakların daha etkin bir şekilde kullanılmasına, duygusal olarak ise, insanların duygularını ve deneyimlerini birbirleriyle paylaşarak empati kurmalarına ve birbirlerine destek olmalarına yardımcı olur.

2.2.5. Dürüstlük

Dürüstlük, doğrulukla ilişkilendirilen bir bireyin açıklık, güvenilirlik ve etik değerlere uygun davranması anlamına gelir. Uzun (2022: 97), dürüst bir bireyi tanımlarken “sadık, doğru sözlü, güvenilir, samimi ve adil” şeklinde betimlemiştir. Ahlaki değerleri konu alan akademik çalışmaların yanı sıra davranışsal ekonomi, iletişim, liderlik, psikoloji, sosyoloji, işletme ve etik gibi çeşitli alanlarda incelenen önemli bir konudur. Psikoloji alanında dürüstlük, bireylerin davranışları, motivasyonları, vicdanları ve karar verme süreçleriyle ilgili incelenir. Dürüstlük, psikolojik etik, adalet algısı, vicdan gelişimi, yalan algısı gibi konularla bağlantılıdır (Tenbrunsel ve Messick, 2004). Sosyoloji perspektifinden dürüstlük, toplumsal normlar, değerler ve grup ilişkileri bağlamında incelenir. Toplumsal dürüstlük, sosyal normlar ve etik kuralların toplumda nasıl işlendiğiyle ilgilenir (Baumeister ve Exline, 1999). Yine işletme etiği ve kurumsal sosyal sorumluluk alanlarında da önemli bir konudur. İş dünyasında dürüstlük için, etik liderlik, şeffaflık, tüketici ilişkileri ve kurumsal davranış standartları gibi konularla ilgili araştırmalara sıkça rastlanmaktadır.

İletişim süreçlerinde de önemli bir faktördür (Treviño, Weaver ve Reynolds, 2006; Rest, 1986). İletişimde dürüstlük, doğru ve güvenilir bilgi paylaşımı, açık iletişim ve algılanan güvenle ilgilidir (Argyris, 1994). Öte yandan kavram ahlaki değerler, etik teoriler ve ahlaki karar verme konularıyla yakından ilişkilidir. Ahlak felsefesi, dürüstlüğün neden önemli olduğunu ve nasıl değerlendirilebileceğini araştırır (Bandura, Barbaranelli, Caprara ve Pastorelli, 1996; Shu, Gino ve Bazerman, 2011). Toplumun mayasını oluşturan kavram olarak anılan dürüstlük, sağlıklı bir toplum oluşturmak için değerler eğitimi başlığı altında bireye kazandırılması hedeflenen etik değerlendendir. Bireyler taklit yoluyla birbirinden kültür aktarımı gerçekleştirir. Bu sayede toplumun karakteri oluşur. Toplumun karakterinin güçlü olabilmesi doğruluk, dürüstlük, bağışlayıcılık ve paylaşıma açık olma gibi değişkenlere bağlıdır (Yalnız ve Yıkmaz, 2018: 652-654). Gino, Ayal ve Ariely (2009: 393-398) çalışmalarında bir kişinin dürüstlük veya sahtekarlık davranışının diğerlerine nasıl bulaşıcı olabileceğinden bahseder.

Kelime kökeni olarak Farsça “durust” kelimesinden dilimize geçen dürüstlük doğru, eksiksiz ve yanlışsız manalarına gelmektedir (Demirkan ve Çal, 2018: 1965). Örgütsel bağlamdaki çalışmalar, bu çalışmada boyutu olan dürüstlük değerini benimseyen

Çalışanların, ilgili normları içselleştirme ve işte sorumlu davranışlar sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğunu göstermektedir (Mayer, Kuenzi, Greenbaum, Bardes ve Salvador, 2009: 4). Çelikkaya ve Seyhan (2017) “Sosyal Bilgiler ğretmenlerinin evrensel değerlere ilişkin ürettikleri metaforlar” içerisinde, ilk sıraya dürüstlük metaforunu koyduklarını tespit etmiştir. Benzer şekilde Gündüz ve Aktepe (2017) ise öğretmenler için en önemli etik değerin dürüstlük olduğunu ortaya koymuştur. Antik ağ’dan beri Felsefe ile birlikte günümüze kadar önemini korumuş olan dürüstlük, tarihin birçok sahnesinde toplumlar için koruyuculuk yapmıştır (Selim, 2022: 704). Buna rağmen Hollandalı filozof Mandeville kavramın toplumları geriye götürdüğüne; hırs, rekabet, mücadele gibi kavramların ancak ve ancak ilerleme sağlayacağını savunmuştur (Selim, 2022: 711). Kavramla ilgili literatürde tartışmalı çalışmalar bulunsa bile, önemi üzerindeki araştırmalar çokluğu oluşturmaktadır.

2.3. KİşİSEL DEğERLERİN OLUşUMUNA ETKİ EDEN FAKTÖRLER

Kişisel değerler, bireyin yaşamını şekillendiren temel inançlar, öncelikler ve etik normlardır. Bu değerler, bireyin davranışlarını, tercihlerini ve kararlarını yönlendirir. Kişisel değerlerin oluşumunda etkili olan bir dizi faktör bulunmaktadır. Aile, kişilik, evre, eğitim, kitle iletişim araçları, kültür ve inanç gibi faktörler, bireyin değer sistemini etkileyen temel unsurlardır. Değerlerin oluşumuyla ilgili farklı araştırmacılar tarafından hemen hemen aynı başlıklar altında toplanan bir kavram havuzu bulunmaktadır. Fakat bu havuzdaki kavramlardan daha kesin bir yargı vardır ki, o da tüm araştırmacılar tarafından kabul görülen genetik olarak değerlerin bireylere aktarılmadığıdır (Yılmaz, 2013: 133).

2.3.1. Kişilik

Kişilik, bireyin davranışlarını, düşünce tarzını, duygusal tepkilerini ve genel yaşam tarzını belirleyen kalıcı özelliklerin bütünüdür (Yelboğa, 2006: 198;). Genetik faktörlerin yanı sıra çevresel etkenler ve deneyimler tarafından da şekillenen kişilik, “bireylerin birbirinden ayrılmasını sağlayan benzersiz özellikler” şeklinde de tanımlanır (Caprara ve Cervone, 2000; Bayram, 2012: 182). Bu noktada, kişilik ve kişisel değerler arasında sıkı bir etkileşim söz konusudur. Bireyin kişiliği, onun değer sistemini büyük ölçüde etkiler. Örneğin, bir bireyin dürüstlüğe, sorumluluğa, hoşgörüye veya yardımseverliğe olan eğilimleri, kişiliğinin bir yansıması olabilir. Kişilik yapısı, bireyin olaylara bakış açısını ve dünyayı nasıl algıladığını belirler. Aynı zamanda, kişisel değerler de kişiliği

etkileyebilir. Bireyin sahip olduğu değerler, onun tercihlerini, hedeflerini ve kararlarını yönlendirir. Bir bireyin adalet, özgürlük veya sadakat gibi değerlere verdiği önem, kişiliğini ve davranışlarını belirler. Bu konseptte, bireyin kişiliği ve kişisel değerleri arasında tutarsızlık durumlarında, birey içsel bir çatışma yaşayabilir. Öte yandan, bir bireyin doğaya duyduğu sevgi değerlerinden biri ise, çevreyi korumaya yönelik çaba göstermesi, kişiliği ve değerlerini birleştiren bir tutarlılık oluşturabilir. Sonuç olarak, kişilik ve kişisel değerler birbirini etkileyen karşılıklı etki gösteren faktörlerdir. Bu etkileşim, bireyin kimliğini ve yaşam tarzını belirler, bu nedenle bu iki unsuru anlamak, bireyin davranışlarını ve tercihlerini anlamak için önemlidir.

2.3.2. Aile

Olanla olması gerekenin ayrımını yapmaya yarayan değer yargılarımız toplumun en küçük birimi olan öğrenilmiş ve tecrübe edilmiş değer yargılarına sahip aile ile birlikte küçük yaşlardan edinilmeye başlamaktadır. Ailenin değer yargıları, bireyin karakterinin temelini oluşturan önemli bir faktördür. Model alma, taklit etme yönüyle çocuklar ailelerinden gördüklerini küçük yaşta devam ettirme eğilimindedir (Canatan, 2008; 64-65). Öyledir ki, sonuçları üzerine Türk toplumunda bu kanının gerçekliğinin oturmasına dair “anasına bak kızını al” gibi atasözleri bile bulunmaktadır. Küçük yaşlarda öğrenilen bilgilerin kalıcılığının daha fazla olduğu bilinmektedir. Sosyal öğrenme ile kazanılan değerler bireylerin ilk rehberliğini yapan ailede öğrenilmiş çocuk yetiştirilme usulleri üzerine devam etmektedir. Aile içinde edinilen değerler, bireyin sosyal çevresiyle etkileşime girdikçe genişler ve evrim geçirir. Örneğin, arkadaş çevresi, okul ortamı ve medya gibi dış etkenler, bireyin değerlerini zenginleştirebilir veya değiştirebilir. Bu bağlamda; ilk olarak ailenin değer eğitimi noktasında birey üzerindeki etkisi düşünüldüğünde ailenin de konuya dair farkındalık kazanmış ve mümkünse eğitilmiş olması oldukça önemlidir (Deveci ve Ay, 2009: 168-170; Tahiroğlu ve Çetin, 2012: 1646). Aile içindeki eğitim süreci, sadece değer yargıları üzerinden değil, aynı zamanda problem çözme becerileri, empati geliştirme ve etik konulara duyarlılık gibi önemli alanlarda da şekillenir. Dolayısıyla, aile, bireyin karakterinin yanı sıra sosyal ve duygusal zekasının gelişimine de önemli bir katkıda bulunur. Sonuç olarak, ailenin değer eğitimi konusundaki etkisi, bireyin sadece kendi içsel dünyasını değil, aynı zamanda çevresiyle olan etkileşimini de şekillendirir. Bu bağlamda, aile değerleri dışında geniş bir perspektifte ele alınması önemlidir.

2.3.3. Eğitim

Eğitim, bireyin karakterinin ve değerlerinin şekillenmesinde bilgi birikimini artırarak, becerilerini geliştirmesini sağlayan bir süreçtir. Okul ortamı, öğretmenler ve eğitim materyalleri, bireyin değerlerini şekillendiren unsurlardır. Eğitim süreci, bireylere etik normlar, sosyal sorumluluklar ve kişisel değerler konusunda rehberlik eder. Aile ile başlayan kişisel değerleri kazanma süreci bireylerin eğitim öğretim hayatlarını kapsayan süreç ile geniş bir perspektife taşınır. (Coombs-Richardson, Toison, 2005). Türkiye’de dolaylı eğitim unsuru olan değerler sosyal bilgiler gibi niş dersler aracılığıyla öğrencileri değerlere yönlendirir ve bu süreç, bilinçli bir şekilde yönetilen rehberlik ile desteklenir (Ünlü ve Kaşkaya, 2018; 2659). Eğitim, bireylerin sadece mesleki başarılarını değil, aynı zamanda kişisel değerlerini de güçlendirmelerine olanak tanır. Örneğin, öğrencilere grup çalışmaları, sosyal projeler ve etkileşimli öğrenme yöntemleri aracılığıyla sosyal beceriler kazandırılarak, iş birliği ve empati gibi değerlerin geliştirilmesine katkı sağlanabilir. Çevrelerinde “iyi insan” görmek isteyen, vatandaş bilinci oluşturmaya önem veren toplumların değerlerini eğitim öğretim sistemlerinin içerisine aşılması zaruridir (Tezcan 1991; Aktaş, 2004: 63). Öğretmenler, bu amaç doğrultusunda karakteri sağlam bireyler yetiştirmek için bilinçli bir şekilde öğrencilerle çalışmaktadır (Ryan, 1993).

2.3.4. Çevre ve Kültür

Aile ve akademik hayatlarına ek olarak, bireylerin yaşadığı çevre, değer edinme süreçlerinin vazgeçilmez bir parçasıdır (Seyyar, 2007: 552; Karatay, 2011: 1440). Çalışmalar çevresel kimlik adı altında bireylerin çevreciliğinin benliklerinin tam merkezinde bulunan değerlerinin güçlü bir parçası olduğunu savunmuştur (Steg vd., 2012: 12). Bilinen odur ki, bireylerin ve dolayısıyla toplumun değerlerini oluşturan etmenler farklılaşabilmektedir.

Sosyal sisteme dahil olan akran grupları, kültürel motifler, coğrafi kökler, teknoloji, bulunduğu dönemin medyasının işlediği önemli konular değerler sistemini etkilemektedir (Massey, 1979; Meglino ve Ravlin, 1998; Uyguç, 2003: 93). Araştırmacılar bu süreci “erken çocukluk döneminden başlayarak gelişen kültürel ve sosyal asimilasyon yoluyla bireyin bilişsel ve zihinsel yapısının parçası hale gelme” şeklinde açıklamaktadır (Murphy, Snow, Carson, ve Zıgarmı, 1997: 72). Kültürün ve dolayısıyla çevrenin getirdiği cinsiyet rolleri, bireyin çevresinde sevdiği ve örnek aldığı kişiler, gelenek ve göreneklerinin bireye yüklediği görev ve sorumluluklar gibi uygulamalar benlik

oluşturma ve geliştirme süreçlerinde diğer etmenlerdir (Uyguç, 2003: 94). Bu bakımdan çocukluk dönemi ve büyüme çağında bireyin maruz kaldığı etkenlerin farklılığı da göz önünde bulundurularak değerler, dönemin topluluğu için genel değer sistemini oluşturur. Dünyaya geldiğinde bir değerler sistemi içinde doğan birey zamanla çevresel faktörlerin eşliğinde kendi değer sistemini oluşturur (Kaya, 1995: 123). Ek olarak alanla ilgili araştırma yapan uzmanlar, başarılı bir değer eğitimi başta aile olmak üzere çevre, çevreye bağlı olarak bireyin eğitim öğretim hayatını kapsayan okullar ve farklı yönelimleri ile çevresel faktörler konusunda “ortak ve tutarlı bir tutuma” sahip olmasından geçtiğini söylemektedir (Ünlü, 2019: 267).

Türkçe’ye çevirisini Akınay ve Kömürcü’nün üstlendiği Marshall’ın sosyoloji sözlüğüne göre kültür, toplumsal araçlar ile aktarılıp bir sonraki topluma iletilen her şeyi içermektedir (Marshall, 1999). Bu bağlamda kimlik inşasında kültür çok önemli bir role sahiptir. Çeşitli dilsel ve kültürel becerilerden oluşan bir kültürel sermayeyle bulunduğu dönemin inanç sistemlerini, çevresel koşullarla harmanlanmış ideolojilerinin bütünü içerir ve kişisel değerlerin yapı taşlarındandır (Kurt, 2015: 21). Bünyesinde ortak bireysel tutumları, istek ve ihtiyaçları, farklı durumlara karşı oluşan normları barındırmaktadır (Yılmaz, 2013: 129).

2.3.5. İnançlar ve Dini Yönelim

Hemen her toplumda insanlar tarafından önemle üzerinde durulan ahlaki yükümlülükler kişisel değerlerin oluşumunda etkili olan bir destekleme unsurudur (Yılmaz, 2013: 129; Arvas, 2018; 41). İnsanların nereden geldiklerini bilme arzuları bir ilaha bağlı olma sorgularını geliştirmiş ve yaşamlarına şekil vermede kendi karar mekanizmalarına bu isteği de dahil etmiştir. Geçmiş ve günümüzdeki tüm dinler, insanın bu anlam arayışında klavuz rolünü üstlenmiştir (Arvas, 2018; 46). Farklı inançlara mensup olan bireylerin dini gelenek ve göreneklerinin de farklı oluşu sebebiyle kişisel değerlerinde farklılık görülmektedir. Bununla beraber dini değerlerde en çok üzerinde durulan iyilik ve kötülük algısına göre bireyler, kişisel değerlerinde belirleyici faktör olarak dini yönelimlerini de aktif kullanmışlardır. Farklı araştırmacıların bireyin "psikolojik gerçekliğinin" bir parçası ve "kimliğinin ana teması" nı inançların oluşturduğunu düşünmesi, dini inançların kişisel değerleri hangi boyutta etkilediğini daha iyi anlamak için yeterli bir donedir (Spilka, Hood, Gorsuch, 1985: 2; Ozer, Benet-Martinez, 2006: 401).

Arvas (2018) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Roy'un (2003) Kişisel Değerler

Envanteri Ölçeği kullanılarak, kişisel değerlerin alt boyutları ve dindarlık arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada bireylerin kişisel değerleri benimseme düzeyine olan katkısını değerlendirmek üzere kurulan hipotez, Roy'un ölçeği üzerinden test edilmiştir. Roy'un ölçeğinin kullanılmasıyla önemli bir veri seti oluşturulan araştırmada “Dindarlık, bireylerin kişisel değerleri benimseme düzeyinin artmasına katkıda bulunur” hipotezi kabul edilmiştir. Bir başka çalışma ise “Üniversite öğrencilerinin dini yönelimleri ile kişisel değerleri arasındaki ilişki” yi ölçek için Yılmaz tarafından 2013 yılında yapılmıştır. Araştırmada katılımcıların çok yüksek derecede dini bir yönetime sahip oldukları ve kişisel değerleri ile dini yönelimleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konmuştur.

2.3.6. Kitle İletişim Araçları

19. yüzyılın ortalarından bu yana yükselen gelişim grafiğine sahip kitle iletişim teknolojileri, hızla evrim geçirerek günümüzdeki küresel iletişim ağlarını oluşturmuştur. Bu teknolojik ilerlemenin toplumsal etkileri, özellikle 1960'ların sonlarından itibaren sosyal bilimlerin odak noktası haline gelmiştir (Thompson, 2000: 159). Günümüzde kitle iletişim araçları, toplumları etkileme gücüyle ön plana çıkar; çünkü yeni yaşam modellerini tanıtarak, farklı düşünce tarzlarını ve davranış biçimlerini sunarak, insanların fikirlerini, inançlarını ve tutumlarını etkileme kapasitesine sahiptir (Dilber, 2014: 60). Belirli bir döneme kadar, hiçbir sistem veya teknolojinin aynı anda ulaşamayacağı kadar geniş bir kitleye erişim, kitle iletişim araçları sayesinde mümkün olmuştur.

Yeni teknolojiler, iletişim araçlarını daha erişilebilir, kişiselleştirilmiş ve etkileşimli hale getirerek bireylerin birbirlerinin değerlerini daha kolay etkileyebilir, dünya görüşlerini değiştirebilir duruma getirmiştir. Bu aracın pozitif veya negatif çıktıları, bireylerin bu teknolojilere nasıl yaklaştıklarına, içerikleri nasıl değerlendirdiklerine ve kullanım alışkanlıklarına bağlıdır. Bu bağlam bireylerin kişisel değerleri ile olan ilişkileri doğrultusunda hangi yöne eğileceğini gösterebilmektedir.

Toplumların kültürel evrimine ve düşünsel dönüşümlerine etki etmekte güçlü bir araç olan kitle iletişim araçları için sosyal medya platformları etkisinin somut bir şekilde görebileceğimiz en örneklerdendir. Sosyal medya platformları, bireylerin düşüncelerini paylaşmalarını, bağlantı kurmalarını ve farklı perspektifleri keşfetmelerini sağlar. Ancak, aynı zamanda sosyal medya, bireylerin kendilerini başkalarıyla karşılaştırmalarına ve belirli bir yaşam tarzını benimsemelerine neden olabilir. Farklı sosyal medya

platformlarının bireylere sunduğu deneyimler, kişisel değlerlerden kaynaklanan farklı bakış açılarına ve değlendirmelere yol açabilir. Özellikle, bireylerin sosyal medyada diğerleriyle karşılaştırma eğiliminde olmaları ve belirli yaşam tarzlarını benimsemeleri, kişisel değlerin ve önceliklerin sosyal medya etkileşimleri üzerindeki etkilerini gösterir.



3. İNOVASYON YETENEĞİ

3.1. İNOVASYON

İnsanlık, tarih boyunca sınırları zorlayan önemli olaylarla çalkalanmış, çağları açıp kapatmış, yeni ufuklar keşfetme ve geleceğe yön verme arzusuyla dolup taşmıştır. Bireyler içindeki yaratıcı potansiyeli nasıl keşfedebileceği merakıyla çeşitli atılımlar gerçekleştirmiştir. Ancak inovasyon kavramı, henüz 2000'lerin başından itibaren Türkiye'nin gündemine yerleşerek, bu vizyonu somut bir şekilde yönlendiren bir unsur olarak belirginleşmiştir. İnovasyonun merkez olduğu bir çağ için geç kalınmış bu keşif, zamanla sadece bir moda değil, aynı zamanda ülkenin ileriye doğru atılım yapma yolundaki kararlılığının da bir ifadesi haline gelmiştir. İnovasyon Latince “innovare” sözcüğünden gelen, yenilik yapmak manasını taşımaktadır (Kanter, 2006; Elçi ve Karataylı, 2008: 1; TDK, 2023). West ve Farr (1990)'e göre inovasyon bir fikri veya icadı değere dönüştürme sürecidir. Kavram ekonomistler tarafından genellikle ürün ve süreç inovasyonu olarak ele alınmıştır (Elçi ve Karataylı, 2008; Şahinli ve Kılınç, 2013: 336). Ülkeler için kritik bir öneme sahip olan inovasyon, ihtiyaçları karşılamak için yeni bir çözüm sunan, bir ürün veya hizmetin geliştirilmesini içerir. İnovasyon, verimlilik, etkinlik, rekabetçilik ve müşteri memnuniyeti gibi alanlarda sıklıkla adı geçen bir kavramdır. İlişkilerin neticesinde ortaya çıkan sonuçlar, genellikle toplumlar için olumlu etkiler doğurur. Teknolojik ilerlemelerle birlikte, ürün tasarımı, organizasyonel uygulamalar, pazarlama stratejileri gibi çeşitli alanlarda, şirketler için ayakta kalmak değil öne çıkmak amacıyla kaçınılmaz bir gerçeklik olmuştur.

İnovasyon, gelişmiş ülkelerin gündemine ülkemiz gündeminden daha erken girmiştir. Ülkelerin kalkınması ve refahının belirleyici bir faktörü haline gelmiştir ve üzerine pek çok ciddi araştırma bulunmaktadır. Kavramı ilk kez “kalkınmanın gücü” olarak Joseph Schumpeter tanımlamıştır (Akyürek, 2020: 16; Elçi ve Karataylı, 2008: 1). Schumpeter, 1911 yılında ilgili kitabında inovasyonu pazarlama ve ürün yeniliği bakış açısıyla yorumlamış girişimciler içinde bir rol biçmiştir. İnovasyonu, özel bir araç olarak değerlendiren ünlü yönetim uzmanı Peter F. Drucker, günümüzde ekonomik kalkınmanın

farklı evrelerindeki çevresel değişikliklere ve yenilik türlerinin farklılıklarına rağmen, adaptasyon yeteneği ile hayatta kalma ve büyüme potansiyeli sunan bir mekanizma olarak görüyor (Drucker, 1985; Çiftçi, Tozlu ve Akçay, 2014: 85). Drucker, girişimcilerin, bu inovasyonun temel taşı olarak işlev gördüğünü belirtmiştir. Girişimciler, yenilikçi fırsatları yakalayıp yeni iş ve hizmetler geliştirebilirler. Drucker ayrıca, girişimcilik becerisi kazanan işletmelerin ve toplumların zenginleşeceğine vurgu yapmıştır. Ancak, belirtildiği gibi, başarılı girişimcilerin ortak özelliği belirli bir kişilik değil, sistematik inovasyon uygulamalarına olan bağlılıklarıdır (Bozkurt, 2012: 98-99). Peter F. Drucker aynı zamanda öğrenilebilen ve uygulanabilen bir disiplin olarak girişimciliğin, inovasyonla olan ilişkisinde kaynak olarak kullanıldığında bu disiplini ele alarak değişimi yönlendirebileceğimize dair ufuk açmıştır (Elçi ve Karataylı, 2008: 3; Günay ve Çalık, 2019: 8). Bilimin ve bilginin üretildiği teknoparklar, bilim parkları, araştırma parkları, kuluçka/inkübatör merkezleri ve teknoloji geliştirme bölgeleri, pek çok disiplinde popüler olan kavramın ortaya çıktığı ana kaynaklardır (Yülek, 2020: 129-130; Harmancı ve Önen, 1999: 3-4).

3.1.1. İnovasyonun Önemi ve Gelişimi

Sürdürülebilir büyümeyi destekleme, değişen iş ortamları ve çalışma stratejilerine ayak uydurma çabalarının merkezine yerleşen inovasyon, son yıllarda küresel rekabetin artması ile birlikte kurumsal hayatta yöneticiler tarafından, akademik hayatta araştırmacılar tarafından ilgi odağı olmuş, öncelik vurgusuyla modası geçmeyen bir kavram haline gelmiştir (Günay, 2007: 22; GII, 2022: 64). Tarih boyunca farklı dönemlerde yapılan bilimsel araştırma ve keşiflerin inovasyondan beslendiği yadsınamaz bir gerçekliktir. Bilim insanlarının yeni teknolojiler ile yeni ürünlerin gelişimine destek olmaları birçok alanda inovasyonun temelini atmıştır. Bilgisayarlar, iletişim teknolojileri, robotik, yapay zekâ gibi teknolojik ilerlemeler, iş süreçlerini iyileştirme, yeni ürünler ve hizmetler geliştirme fırsatları sunmuş inovasyonun bugünkü hayati öneminin grafikteki yerini yükseltmiştir. Sıklıkla dayandığı yerin finansal kaynaklar olması sebebiyle şirketler yeni ürün ve hizmetleri geliştirme de karlılıklarını artıracaklarını düşünerek inovasyon projelerini desteklemiştir. İnovasyon sürecinin temel kaynaklarından olan AR-GE faaliyetleri, deneyler, prototipler ve testler aracılığıyla yeni fikirlerin değerlendirilmesini ve geliştirilmesini sağlar. Bu faaliyetler, inovasyonun derin etkilerini keşfetmede önemli bir araç olarak işlev görür (Cumming, 1998; Işık ve Kılınç, 2011: 14-47; Türkmen ve Aynaoglu, 2017). Dünya ekonomisine bakıldığında bilim, teknoloji ve inovasyonu temel

alan ülkelerin diğer ülkelere kıyasla daha sürdürülebilir bir ekonomik büyümeye sahip oldukları görülmektedir (Ballı ve Güreşçi, 2017: 103). Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Raporu (2020)' una göre 4. Sanayi Devriminin harekete geçirdiği 4 ana bileşen olan esneklik, çeviklik, insan odaklı yaklaşım ve inovasyon ekosistemlerinin yanı sıra 12 yeni başlık eklenerek inovasyon kabiliyeti, iş dünyasının yetkinliği gibi bileşenlerin önemine vurgu yapılmıştır. Bununla birlikte 2020 raporunda ise dijital ekonomilere ve dijital becerilere sahip ülkeler Dünya Covid-19 küresel krizi içerisindeyken inovasyon odaklı gelişimleri ile daha üretken hale gelmişlerdir.

Öte yandan inovasyonun önemini yalnızca şirketler ve teknoloji üzerinden açıklamakta yetersiz kalacaktır. Şahinli ve Kılınç (2011: 337) AB ülkeleri ve Türkiye arasındaki inovasyon göstergelerini inceledikleri makalelerinde inovasyonun kaynakları tablosunu oluşturmuştur. Bu tabloda devlet iş birlikleri başlığının yanı sıra farklı başlıklar inovasyona yeni bakış açıları oluşturma da katkı sağlamıştır. Mayıs 2004' e kadar yakıt hücresi teknolojisinde dünya lideri olan Ballard Power Systems'da başkanlık yapan Firoz Resul'de "İnovasyon, yalnızca teknoloji geliştirmekle sınırlı değildir; aynı zamanda pazarlama stratejilerimizi yeniden şekillendirmek, finansman sağlama yöntemlerimizi dönüştürmek, stratejik ortaklıklar kurma yaklaşımımızı gözden geçirmek ve devlet kurumlarıyla iş birliği yapma biçimimizi revize etme sürecidir." Yorumuyla inovasyonun kompleks yapısını dikkat çekmiş yeni perspektif oluşturma da kendi bakış açısını ortaya koymuştur (Elçi ve Karataylı: 2008; 5). Akyürek çalışmasında (2020:16) değişim olarak görülen inovasyonun yeniliğin bir uzantısı şeklinde ele alındığı perspektifine vurgu yapmıştır. Öte yandan, Ağca ve Büyükaslan (2016), inovasyonun sıkça tartışılan bir boyutu olan icat konseptini işlemiştir. Bu bağlamda, inovasyon terimi sıklıkla buluşla karıştırılsa da, Günay ve Çalık'ın (2019:8-9) belirttiği gibi, aslında inovasyonun sonuçları arasında buluş yer almaktadır. İnovasyon kavramını genişletmek için İcat, Teknoloji, Bilim ve İnovasyon kavramlarının derinlemesine incelendiği "İnovasyon, İcat, Teknoloji ve Bilim Kavramları Üzerine" başlıklı makalede, araştırmacılar inovasyonun temel bileşenlerini içgörü, icat ve icraat olarak tanımlamışlardır. Bu tanım, literatürde inovasyonun özünü yansıtmaması bakımından önemli bir rol oynamaktadır (Scarzauskaite, 2013; Akyürek, 2020:16). Bu temel kavramların bir araya gelmesi, inovasyonun doğuşunu sağlarken, bireylerin ve toplumun gelişiminde önemli bir güç olarak ortaya çıkmıştır. İnovasyon, bu bileşenlerin hareketiyle, sadece teknolojik ilerleme değil, aynı zamanda insanlığın ilerlemesi ve sürdürülebilir kalkınma için kritik bir araç haline

gelmiştir.

3.1.2. İnovasyon Türleri

Totterdell, Leach, Birdi, Clegg, ve Wall (2002: 344-345), “Büyük Organizasyonel Yeniliklerin İçerikleri ve Sonuçlarının İncelenmesi” adlı çalışmalarında inovasyonun farklı alanlardaki yaratıcı gücünden bahsetmiştir. Araştırmacılar, bu gücün gerçekleştirilme amacına göre inovasyonun boyutlarını ve çeşitlerini keşfetmeye başlamışlardır. Yaratıcılığın farklı sektörler ve bağlamlar içinde ifade edilen bir sonuç olması, bu boyutları çeşitlendirmiştir. İnovasyon, sadece yeni ürünler veya hizmetler yaratmakla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bu yenilikleri hayata geçirme süreçlerini içermektedir. Bu, organizasyonlar için ürünlerin geliştirilmesi veya mevcut ürünlerin iyileştirilmesi anlamına gelirken; iş modelinin oluşturulması veya müşteri deneyiminin geliştirilmesi, stratejik hedeflere yönelik odağı temsil etmektedir. Literatürde sıklıkla üzerinde durulan dört temel tür olan ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel inovasyonun dışında, kavramsal karmaşıklık ve çok yönlülüğü sebebiyle farklı disiplinlerde ve sektörlerde çeşitli inovasyon türleri ortaya çıkmıştır. Bu türler arasında hizmet, üretim, iş modeli, radikal ve artırımsal, aşamalı, yıkıcı, sürdürülebilir, teknolojik gibi çeşitli kategoriler bulunmaktadır (Elçi ve Karataylı, 2008: 5-6; Şahbaz, 2017: 23-25; Çetin ve Gedik, 2017: 161; Şimşek ve Giray, 2022: 396; Yeşiltuna ve Işıklar, 2023: 9).

Sıklık derecesi açısından listenin başında yer alan ürün inovasyonu mevcut ürünlerin geliştirilmesi veya tamamen yeni ürünlerin yaratılmasıdır (Bakan ve Sezer, 2023: 568). Ürün inovasyonu, ürünlerin tasarımında, özelliklerinde, performansında veya işlevselliğindeki değişiklikleri içermektedir. Örnekler arasında yeni bir telefon modeli, ilaçlar veya otomobillerdeki teknolojik gelişmeler bulunabilir. Örneğin Apple iPod, bir zamanlar müzik dinlemek için taşınabilir bir cihaz olan Sony Walkman ile karşılaştırıldığında bir ürün inovasyonudur. Süreç inovasyonu ise, yeni ürün ya da süreçler sunma veya geliştirme yönetimidir (Kazınguvu, 2016: 4). İş süreçlerinin yeniden tasarlanması veya iyileştirilmesi yoluyla verimliliği artırmayı amaçlayan bu inovasyon türü işletmeler ile maliyetleri azaltabilir, üretkenliği artırabilir ve kaliteyi yükseltebilirler. Örnekler arasında üretim süreçlerinin otomasyonu, lojistik süreçlerin optimize edilmesi veya yazılım geliştirme metodolojilerindeki değişiklikler bulunabilir. Doktora gidildiğinde başvuru kaydının yapılması için danışma görevlisi ile görüşülmesi yerine elektronik bir cihazdan sıra alınması süreç inovasyonuna örnektir (Greenhalgh ve Rogers,

2010: 3-4 aktaran Şahinli ve Kılınç, 2013: 336). Anılmasına göre pazar veya pazarlama inovasyonu, ürün veya hizmetlerin yeni pazarlara veya müşteri segmentlerine sunulmasıdır. Bu tür inovasyon, mevcut ürün veya hizmetlerin farklı pazarlarda değerlendirilmesini veya tamamen yeni bir müşteri kitlesi hedeflenmesini içerebilir (Pippel, 2014: 614; Geldes, Heredia, Felzensztein ve Mora, 2017: 5). Örnekler arasında uluslararası genişleme, özel hedeflenmiş pazarlama kampanyaları ve yeni pazarlara giriş stratejileri bulunabilir. Son olarak organizasyonel inovasyon ise organizasyonun yapısını, kültürünü ve yönetim yaklaşımını yeniden şekillendiren değişiklikleri içerir. Bu, daha esnek bir çalışma ortamı oluşturmayı, yenilikçilik kültürünü teşvik etmeyi ve iş birliğini artırmayı amaçlar. Yatay yönetim yapıları, yaratıcı düşünceyi teşvik eden politikalar ve inovasyon laboratuvarları organizasyonel inovasyon için birer örnektir (Fındık, 2022: 122).

3.1.3. İnovasyon Profilleri

Organizasyonel, çevresel ve bireysel olmak üzere farklı kategorilere ayrılabilen inovasyon, çoğu zaman “yeni fikirler denemeye açıklık” veya “değişime isteklilik” olarak anılır (Hurt vd., 1977; Damanpour, 2018: 557; Braak, 2001). Aynı zamanda, sosyal bir sistem içindeki bireylerin veya kurumların çok aşamalı bir süreç olarak değerlendirdikleri her aşamada gerekli etkinliklerin ve farklı bireysel davranışların gerçekleştiği eylemler kombinasyonudur (Scott ve Bruce, 1994: 582). Bireyler sahip oldukları özellikler bakımından birbirlerinden farklılaşır ve bu, inovasyon süreçlerinde çeşitliliği oluşturur (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 151-152). Bireysel inovasyon, bir bireyin kreatif yeteneklerini kullanarak yeni ve değerli fikirler üretme ve bu fikirleri hayata geçirme yeteneğini ifade eder. Bu süreç, kişinin sorunları farklı bir bakış açısıyla ele almasını, geleneksel düşünce kalıplarının ötesine geçmesini ve mevcut durumunu iyileştirmesine odaklanır. Bireylerin inovasyon süreçlerine yaklaşımlarını ve yeteneklerini tanımlamak için kullanılan inovasyon profilleri literatürde sıklıkla beş farklı kategoriye ayrılmaktadır (Rogers, 1983; Olpak ve Korucu, 2015: 115; Özgür, Orhan, Dönmez, ve Kurt, 2015: 66). Hurt vd. (1977) gibi konuyla ilgili önde gelen araştırmacılar, bir bireyin hangi inovasyon türüne, yöntemine veya rolüne daha yatkın olduğunu anlamak ve bireylerin inovasyon süreçlerine nasıl yaklaştıklarını tanımlamak amacıyla profillere dayalı sınıflamalardan faydalanmışlardır. Bu profiller, isimlendirme farklılıklarına rağmen temel özelliklerde benzerlik gösterse de, Arpacı (2018: 85-88) gibi diğer araştırmacılar bu profilleri dört gruba ayırmışlardır. Bireylerin inovasyon karşısında benimsedikleri baskın tepkiler

örneğin Fikir Lideri, Maceraperest, Yaratıcı-Özgün, Girişken gibi grupların hangilerine dahil olduklarını belirlemektedir (Goldsmith ve Foxall, 2003). Grup isimleri inovasyon konusunda araştırma yapan önemli araştırmacılar tarafından yenilikçiler, öncüler, sorgulayıcılar, kuşkucular şeklinde de anılmaktadır (Rogers, 1995).

İnovasyona öncü olan ve yenilikçi fikirleri seven ilk grup *fikir liderleri* bir diğer adıyla öncülerdir. Yaratıcı düşünme, ileri görüşlülük, ilham verme gibi konularda yenilikleri başlatan ve teşvik eden konumundadırlar (Aydın, 2009: 193; Akar, 2009; Hoffmann ve Soyez, 2010; Akdoğan ve Karaaslan, 2013: 8; Karabulut, 2021: 43). Literatürde bireyin sosyal etkileşimlerinde ki statüsü olarak karşımıza çıkan fikir liderliği, çevresindeki insanların üzerinde söz sahibi olan kişilerin, bireysel özelliğini temsil etmektedir (Hellevik ve Björklund, 1991: 158). Kavramı ilk kez politik fikir liderliği zemininde Lazarsfeld, Berelson ve Gaudet 1944 yılında ortaya atmıştır. Literatüre ilk kazandırılmasının üzerinden 80 yıldan fazla geçen fikir liderliği için Shah ve Scheufele (2006: 3), bireylerin siyasi olmayan alanlarda, kültürel, entelektüel veya teknik konularda sahip oldukları otoriteyi ve bu alanda akranları tarafından tanınan liderlik yeteneklerini ifade ettiğini savunmuştur. Buradan yola çıkarak fikir liderliği özellikle düşünce ve strateji alanında diğerlerine öncülük etme yeteneği olarak tanımlanabilmektedir. Fikir lideri, takımın veya organizasyonun hedeflerine ulaşmasına katkıda bulunan ve ilham veren kişidir. Bu liderlik tarzı, klasik liderlik özelliklerine ek olarak, yaratıcılığa, vizyoner düşünceye ve bilgi paylaşımına da vurgu yapmaktadır.

Hemen ardından *Maceraperest* profili gelmektedir. Bu grup profili inovasyon süreçlerine ve projelerine büyük riskler alarak yaklaşan ve yenilikçi fikirleri cesurca denemeye istekli olan bireyleri kapsar. Maceraperest bireyler, geleneksel sınırları aşmaya, dönüştürmeye ve radikal değişiklikleri teşvik etmeye odaklanır (Şişman, 2008: 20). Maceraperestlik, genellikle belirsizlik ve değişimle başa çıkma yeteneğiyle birleşir, bu da kişinin inovasyon süreçlerine daha etkin bir şekilde katılmasına olanak tanır. Maceraperest bireyler, yenilikçi projelerde liderlik yapar, yeni fırsatları keşfeder ve geleneksel sınırları zorlayarak öne çıkabilir. Bu özellikler, organizasyonlarda ve iş dünyasında inovasyonu teşvik etmek için önemli bir faktör olabilir. Karaman (2019: 1546), maceraperestlerin genellikle bireysel veya düzensiz küçük gruplarda faaliyet gösterdiklerini ve çoğunlukla eylemlerinin odak noktasında kişisel mutlulukları, çıkarları ve tatminleri bulunduğunu araştırmasında vurgulamıştır. Ayrıca, ideolojik bir temeli olan ancak sistematik bir gruba

ait olmayan maceraperestlerin, kendilerinden küçük veya önemsiz gördükleri kişi ve gruplara karşı saldırıda bulunabilecekleri konusunda yapılan araştırmalarda da bu eğilimlere rastlanmıştır.

Yaratıcı/Özgün inovasyon profili sergileyen bireyler sıra dışı çözümler geliştirmek ve mevcut durumu benzersiz bir şekilde dönüştürmek konularında iyidirler. Yenilikçiler olarak anılan bu grubun üyeleri geleneksel düşünce kalıplarının dışına çıkmaktan çekinmezler ve yaratıcılıklarını benzersiz ve dikkat çekici bir şekilde ifade ederler (Olpak ve Koruyucu, 2015: 115; Örün Orhan, Dönmez ve Kurt, 2015: 66). Yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğine sahip bireyler, değişen koşullara uyum sağlama ve rekabet avantajı elde etme süreçlerinde önemli bir rol oynayabilir.

Son profil grubumuz liderlik yapmaya istekli *girişken* profili bireyleridir. Yenilikçi projeleri başlatma, yeni iş fırsatları yaratma ve inovasyonu hızlandırma konularına odaklanırlar. Girişkenler, geleceğe yönelik vizyonlarını takip etmekten çekinmezler ve inovasyon projelerini yönlendirmek için enerjik bir tutum sergilerler (Bayraktar, Şencan ve Fidan, 2018: 400). Girişkenlik, yenilikçi düşünceyi eyleme dönüştürme yeteneği olarak değerlendirilebilir. Girişken bireyler veya organizasyonlar, sık sık mevcut durumu sorgular, fırsatları değerlendirir ve bu fırsatları değer yaratan projelere dönüştürme konusunda aktif bir rol oynarlar. Girişkenlik inovasyon yeteneğine sahip bireyler, iş dünyasında rekabet avantajı sağlama, yeni pazarlar oluşturma ve sürdürülebilir büyüme elde etme süreçlerine katkıda bulunabilir.

3.1.4. İnovasyon Engelleri

Hızla değişen toplumsal ihtiyaçlar ve rekabetçi iş dünyası, bireyleri her geçen gün daha karmaşık sorunlar ve zorluklarla karşı karşıya bırakmaktadır. Teknoloji beklentilerin ötesinde ilerlerken, toplumların beklentileri de evrildikçe, geleneksel yaklaşımların çoğu zaman yetersiz kaldığı gözlemlenmektedir. İnovasyonun işletme değerleri arasında temel bir yere sahip olması, literatürde sıkça tartışılan bir konu olmuştur (Demirdöğen, 2019: 423). İşletmeler için inovasyon, organizasyonların sürdürülebilirliklerini sağlamak, pazarda rekabet edebilmek ve gelecekteki belirsizliklerle başa çıkabilmek için lüks, ulaşılması zor bir kavram olmaktan çıkmış, kritik mevcut sistemlerin iyileştirilmesi ve daha iyi çözümler bulunması; yeni fikirlerin, yöntemlerin ve ürünlerin yaratılmasında aynı zamanda yalnızca iş dünyası için değil eğitim, sağlık, enerji ve daha birçok sektörde

ilerlemenin anahtarı olarak görülmeye başlanmıştır. Toplumların ve ekonominin de temel taşı haline gelen inovasyonun öneminin idrakının bireylere ulaştığı günümüzde, yaratıcı çözümlerin önündeki potansiyel engelleri temsil eden inovasyon engelleri, yeni fikirleri hayata geçirmek için üzerinde önemle durulması gereken bir konu haline gelmiştir. İnovasyonun önünde direnç gösteren yapılar, ağır işeyen bürokratik süreçler, yasal düzenlemelerdeki stratejik vizyon eksiklikleri, kurum içi kaynak, bilgi, alt yapı eksiklikleri gibi birçok problem başarılı sonuçların aşılamaz engelleri olmuştur (Kalay ve Kızıldere, 2015; Demirel ve Tohum, 2017). Bunlar ve benzeri engellerin ortadan kaldırılması için çeşitli çalışmalar toplumsal ve ekonomik boyutta hissedilebilir problemlerin çıktığı ilk andan beri yürütülmektedir (Bulut ve Arbak, 2012: 5-19; Çetin ve Gedik, 2017).

İnovasyon engelleri literatürde iç ve dış olmak üzere ikiye ayrılmıştır (Sabuncu, 2014). Genellikle inovasyon engellerinin açıklanması işletmeler açısından ticari kar güdülenmesi ile bağdaştırılarak işletme içi ve dışı sınıflandırılması zeminine oturtulmaktadır. Söz konusu engeller işletmelerin büyüklüklerine, hedeflerine göre farklılık göstermekle birlikte oldukça çeşitlidirler de. Demirdöğen (2019: 426-427) Erzincan Sanayi Bölgesi'nde işletmelerin inovasyon yapmalarına engel olan durumları incelediği çalışmasında inovasyon engelleri kapsamında literatür taraması yapmış, iç ve dış engelleri literatürden örnekleri ile birlikte bir tabloda vermiştir. Çeşitli yerli ve yabancı kaynakların üzerinde mutabık kaldığı iç ve dış engeller için Escobar, Luna, ve Caraballo (2023), Jankowska, Mińska-Struzik, Bartosik-Purgat, Götz ve Olejnik 2023) ve Thijssen, Jacobs, Swart, Heising, Ou ve Roumen (2023) gibi araştırmacılarda güncel iç, dış engeller kapsamında genel bariyer olarak;

- İşletmenin inovasyonu gerçekleştirebilecek finansal güç yetersizliği (ARGE, prototip çıkarma, saha testleri vb. için),
- Nitelikli insan ve bilgi kaynağı eksiklikleri,
- Yeni kültürel ve organizasyonel değişime direnç,
- Risk almada temkinlik,
- Mevcut altyapı eksiklikleri,
- Yavaş inovasyon süreçleri,
- Veri güvenliği mahremiyeti,
- Yasal düzenlemeler,
- Yatırımcı beklentileri,

- Regölasyon ve standartlar (farklı bölgelerde farklı düzenlemelere uymak),
- Rekabetçi baskıları örnek göstermişlerdir.

Göz önünde bulunan çalışmalara tipik örnek olarak gösterilen Oslo kılavuzuna (2005) göre de inovasyon yapmaya engel olan ya da engel olabilecek faktörler maliyet, bilgi, pazar, kurumsal ve diğer şekilde sınıflandırılarak yukarıdaki araştırmacıların çalışmalarında örnek gösterilen başlıklar ile uyushmaktadır (OECD-EUROSTAT, 2005; Çetin ve Gedik, 2017: 163-164). Torvinen ve Jansson (2023) kamu sağlık hizmetlerinde yenilikçi laboratuvarların, kamu sektöründe yenilik yapmanın önündeki zorlukları benzer şekilde ele alarak nasıl katkı sağladığını ve bu engelleri nasıl aşmaya çalıştığını inceledikleri çalışmalarında kamu sektöründeki yeniliklerin, hükümetlerin daha etkili ve verimli hizmetler sunmalarına yardımcı olabileceğinden bahsetmiştir. Söz konusu toplumsal fayda yaratacak inovasyon olduğunda Dwivedi, Balakrishnan, Das, ve Dutot (2023)'de, perakendeciler için inovasyon anlamına gelen blockchain teknolojisini benimseme konusundaki dirençlerini anlamaya odaklandıkları bir araştırma yürütmüştür. İnovasyon engellerini inceleyerek perakendecilerin blockchain teknolojisini benimseme sürecinde karşılaştıkları zorlukları açıkladıkları çalışmalarında "dinamik yetenek" kavramını kullanarak perakendecilerin blockchain teknolojisini benimsemelerini veya bu teknolojiyi kullanmalarını zorlaştıran faktörleri, bir organizasyonun dış çevresiyle etkileşimde bulunarak ve yeni teknolojileri benimseyerek rekabet avantajı elde etmesini sağlayan yeteneklerle bağdaştırmış sorunun çözümün kendisi olabileceğinden bahsetmiştir. Örnekte yer alan perakendeciler için benimseme sürecindeki aksaklık inovasyonun önündeki engellerin konuşulduğu her platformda göz önünde bulundurulması gereken bir faktördür. Kavramın doğası yeni kavramların da ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Chesbrough (2003) "Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology" kitabında, "açık inovasyon" kavramını geliştirmiş ve bu kavramın işletmelerin içeriden ve dışarıdan kaynakları nasıl kullanabileceğini incelemiştir. Açık inovasyon, geleneksel olarak gizli olan inovasyon süreçlerini açık hale getirmekte ve işletmelere daha fazla kaynak ve fikir sunmaktadır. Chesbrough kitabında, bu yaklaşımın işletmelere rekabet avantajı sağlayabileceğini savunarak iç ve dış engelleri nasıl aşılacağına örnekler vermektedir.

Her inovasyonun kendine özgü ihtiyaçları ve karşılaştığı engeller bulunmaktadır. Genellikle köklü inovasyonlar, önemli maliyetlere tabi tutulmaktadır. Jankowska vd. (2023), Polonya'daki şirketlerin Endüstri 4.0 teknolojilerini benimsemesinin inovasyon

performansına etkilerini araştırmıştır. Çalışmada, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için Endüstri 4.0 teknolojilerini benimsemeyi engelleyen temel faktörler arasında maliyet, yeni teknolojilere uyum sağlama eksikliği, eğitim ihtiyacı, mevcut altyapının uyumsuzluğu, veri güvenliği endişeleri ve yasal düzenlemelerin karmaşıklığı gibi konular belirtilmiştir. Bu engelleyici unsurların üstesinden gelmek için önerilen çözüm yolları arasında ise hükümet teşvik politikaları, eğitim ve yetenek geliştirme programları, sektör iş birlikleri ve teknoloji danışmanlığı gibi stratejiler öne çıkmaktadır. Sektör her ne olursa olsun inovasyon engelleri noktasında içerik olarak hemen her zaman benzer sorunlar ele alınmaktadır (Emiroğlu, 2022; Ahmed, Johnson, Hashaikeh ve Hilal, 2023; Thijssen vd., 2023). Bunlardan bir diğeri Ayob, Freixanet ve Shahir (2023)'in ASEAN ülkelerinde faaliyet gösteren imalat firmalarının inovasyon faaliyetlerini inceledikleri çalışmalarıdır. Ticareti kolaylaştırıcı önlemlerin alınması ve engelleyicilerin azaltılması Güneydoğu Asya'da yer alan 10 ülkeden oluşan bir bölgesel iş birliği ve ticaret bloğunun en önemli sorunlarından biridir. Uluslararası ticaret performanslarına doğrudan etkisi olan inovasyon engelleri diğer çalışmalardaki gibi finansal engeller, bürokratik engelleri, insan kaynağı ve iş birliği engellerinden oluşmaktadır. Bu ve benzeri engellerin aşılması için akademik çalışmalara konu olan kamu politikaları, özel sektör katkıları, inovasyona teşvik mekanizmaları daha etkin bir şekilde devreye girmelidir. Günümüzde inovasyon yapmanın yararlı olacağı algısı taşımayan işletmeler, gelişimlerini bu yönde farklı kamu kurum ve kuruluşlarıyla desteklenmektedir. Yüksek maliyet gerektiren AR-GE süreçleri veya yurtdışı fuar destekleri gibi, markaların ufuklarını genişletme noktasında işletmeler için TÜBİTAK, bölgemiz için Doğu Marmara Kalkınma Ajansı ve KOSGEB gibi mekanizmalar, girişimciler ve işletmelerin inovasyon süreçlerinde destek sunan önemli kuruluşlardır. Uluslararası kuruluşların da inovasyon engellerini aşmak için çalışmaları mevcuttur. BM küresel ilkeler sözleşmesi, yeşil sürdürülebilirlik temelli Dünya Yeşil Bina Konseyi, sürdürülebilir teknoloji (cleantech) alanında inovasyonu teşvik eden Cleantech Group, çevre koruma ve sürdürülebilirlik savunuculuğu yapmak için tanınmış bir uluslararası sivil toplum örgütü olan, sürdürülebilir inovasyon çalışmaları ile tanınan Greenpeace gibi şirketlerin inovasyonun konu olduğu farklı alanlar için de zorluklarını aşmaya yardımcı mevcut kuruluşlardır.

3.2. İNOVASYON YETENEĞİ

Son yıllarda rekabet edilebilirlik noktasında pek çok farklı zorluk doğuran mevcut pazar

koşulları, organizasyonları yenilik yap ya da öl çıkmazına iterek inovasyon yapmaya mecbur kılmıştır (Yang, Zhang ve Ding, 2015: 160). Bu sebeple organizasyonların sürdürülebilir yenilik arayışları artmış, hızla değişen koşulların pazarlara hakimiyet için kritik bir rol oynayan inovasyon yeteneği kavramı ön plana çıkmıştır. İnovasyon yeteneği, en geniş manada mevcut bilgi ve kaynakları (sistemler, politikalar, programlar, süreçler, teçhizat veya hizmetler) başarılı bir şekilde kullanarak yeni fikirleri ürün ve hizmetlere dönüştürme yetisi olarak tanımlanmaktadır (Fuchs, vd., 2000; Lawson ve Samson, 2001: 384; Lin, Chen, Chiu, 2009:113). Bell (2009: 10) ise bu kavramı, "Bir ekonominin ürettiği mal ve hizmetleri, nasıl ürettiğine dair yenilikleri hayal etmek, geliştirmek ve uygulamak için gereken yetenekler" şeklinde yorumlamıştır. Günümüzde inovasyon yapmak için çeşitli kilit yetenekler, şirketler açısından her geçen gün ivme kazanan bir öneme sahiptir (Tekin ve Akyol, 2019: 3). Yenilikçi şirket değerlendirmesini kolaylaştıran inovasyon yetenekleri, firmaların inovasyonu yönetme şekillerini de ortaya koymaktadır (Yang vd., 2015: 161). Burns ve Stalker (1961) tarafından ilk kez ortaya atılan inovasyon yeteneği kavramı, şirketlerin dinamik iş çevrelerinde güçlü bir profil oluşturarak rekabet avantajı elde etme, geliştirme ve sürdürme amacına odaklanmalarını ifade etmektedir (Porter, 1990; Kleinschmidt ve Cooper, 1991). Bilim ve teknolojiye yetkinlik kazanan şirketler için inovasyon yeteneklerinin rekabet avantajı sağladığı mevcut literatürde farklı çalışmalarla çok kez ortaya konmuştur (Kunt ve Sundu, 2021: 11).

İnovasyonun öneminin ülkemiz için daha üstünde durulan bir konu haline geldiği 2000'lerin başından itibaren mevcut teknolojilerin geldiği nokta, inovasyonun uygulanabilirlik potansiyelini önemli ölçüde artırmıştır (Hii ve Neely, 2000). Literatür incelendiğinde inovasyon ile en sık anılan kavramın teknoloji olduğu görülmektedir (Tekin ve Akyol, 2019: 4). Adeta ikili terim haline gelen inovasyon ve teknoloji kavramları organizasyonlar için uygulanabilirliği arttırmasıyla, teknik inovasyon stratejilerinin karakteri olan teknolojik inovasyon yetenekleri üzerinde çok durulmasına sebep olmuştur. Bell (2009: 10), inovasyon yetenekleri üzerine yapılan çalışmalarda teknolojik yeteneklerin neden bu kadar öne çıktığını açıklarken, bu durumu, büyüme ve gelişme üzerinde beklenen büyük etkileri olan bilimden türetilen yeni teknoloji fikirlerinin ortaya çıkmasına bağlamaktadır. Ancak bu tür bir katkı bazı bağlamlarda -yeteneklerin kaynağı olan insanın bilinmezliklere gebe olan keşfedilmeye devam eden doğası- oldukça küçük parçaları temsil ettiği unutulmamalıdır. (Wu ve Sivalogathan, 2013; Öcal ve Örmeci, 2023). Bu denli önemli ve teknoloji ile etkileşim içinde olan

inovasyonun işletmeler için kayda değer olması, işletmelerin inovasyon yeteneklerinin belirlenmesine yönelik birçok araştırmaya bu bakış açısıyla zemin hazırlamıştır (Tekin ve Akyol, 2019: 3). Araştırmacılar tarafından “İnovasyon elde edebilme yeteneğini” ifade eden inovasyon yeteneği (Çakar ve Ertürk, 2010) sadece teknolojik yetenekleri değil, aynı zamanda pazarlama, üretim, AR-GE, organizasyonel ve stratejik inovasyon yetenekleri gibi farklı inovasyon türlerini de içine alarak literatür de bu bağlamda detaylı bir şekilde incelenmiştir. (Camison ve Villar-Lopez, 2014; Çalık, 2016: 13; Nwachukwu, Chladkova ve Olatunji, 2018; Karaman, 2019: 21-24).

21. yüzyılda, inovasyona dayalı üretim ve yönetim, şirketlerin sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği açısından kritik bir rol oynamaktadır. Literatürde sıklıkla “Ar-Ge faaliyetleri ve işletme hacmi” gibi belirleyicileri dikkate alarak değerlendirilen inovasyon yeteneği, şirketin kapasitesi varsa gerçekleştirebilmesine bağlıdır (Laforet, 2011; Bakan ve Şekkeli, 2015: 57; Nart, Güner ve Nart, 2017: 386). Bu durum, işletmelerde çalışan bireylerin sahip olduğu inovasyon yetenekleri ile doğrudan ilişkilidir. Bireylerin zengin içerikli yetenekleri, bilgiye dayalı entelektüel sermayenin üretkenlik düzeyi ve birikimiyle yakından ilişkilidir (Gümüştekin, 2004: 209). Entelektüel bilgi ve birikim, şirketlerin insan sermayesi, yapısal sermaye ve müşteri sermayesinin bütüncül bir kombinasyonu olarak ortaya çıkar. Bu bütüncül kombinasyonun inovasyon stratejilerini uygulamaya geçirebilmelerini ve destekleyebilmelerini sağlayan geniş kapsamlı işletme özellikleri esasen inovasyon yetenekleridir (Burgelman, Maidique ve Wheelwright, 2004). Dolayısıyla şirketlerin özgün bir değeri olarak anılması, şirketler için gelecekte değer üretecek maddi olmayan kaynağı olarak görülmesi inovasyon yeteneği kavramı için yerinde bir öngörüdür (Guan ve Ma, 2003; Saunila ve Ukko, 2014; Sayın, 2019: 54).

Birbirinden benzersiz inovasyon yetenekleri, büyük resme bakıldığında toplumsal refahı yükseltme aracı olarak görülmektedir. Üretkenlik yüksekliğinin vurgulanması, inovasyon yeteneklerinin çeşitliliği ve birden fazla alanı kapsamıyla ilişkilendirilmiştir (Göker, 2000: 6). Sosyal perspektifte inovasyon yeteneğini toplumun ve endüstrinin genel dinamikleriyle ilişkilendiren, inovasyonun toplumsal etkileri ve inovasyon ekosistemi inceleyen Isaacson (2014), inovasyonun tarihsel ve toplumsal perspektifini ele alan çalışması ile önde gelen inovatörlerin hikayelerini literatürde anlatmaktadır. İnovasyon yeteneğini ekonomik büyüme, rekabet avantajı ve işletmelerin karlılığı ile ilişkilendiren INSEAD Business School ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü tarafından yayınlanan "The

Global Innovation Index" raporu, her yıl güncellenerek dünya genelinde inovasyon yeteneği ve etkileri üzerine kapsamlı veriler sunmaktadır (WIPO, 2023). Dyer, Gregersen ve Christensen (2011) ise, inovasyonu yaratıcılık ve kişisel özellikler açısından ele alarak inovasyon yeteneğini inceledikleri "The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators" adlı kitapta inovasyon yeteneğini bireysel düzeyde incelemektedir. Yaratıcılık, problem çözme yeteneği, motivasyon ve risk alma gibi psikolojik inovasyon yetenekleri özelliklerine odaklanmaktadır.

Bireysel yönüyle de ilgilenilen inovasyon yetenekleri bireylerin inovasyon yapma istek ve eğilimleri sonucu ortaya çıkmaktadır. İnovasyonun içerisinde bulundurduğu çok yönlü konsepti bu yetenekleri çeşitlendirmektedir. Lawson ve Samson (2001), inovasyon yeteneğinin çeşitliliğini şu boyutlara vurgu yaparak dikkat çekmektedir (Terziovski, 2007: 5; Sayın, 2019: 56):

- Vizyon ve strateji,
- Yetkinlik tabanını kullanıp yararlanma,
- Bilgi ve örgütsel zekâdan maksimum düzeyde yararlanma,
- Bir pazara ve müşteri odaklı konseptte sahip olma,
- Yaratıcılık ve fikir yönetimi,
- Organizasyon yapıları ve sistemleri,
- Kültür ve iklim (ortam koşulları),
- Teknolojinin yönetimi.

Literatür zenginliği oluşturmak isteyen araştırmacılar inovasyon yeteneklerini tanımlamak ve belirlemek için iki önemli bileşene dikkat çekerek değerlendirme göstergeleri sistemi ve değerlendirme yöntemi üzerinde çalışmalar yürütmüştür (Yang, vd., 2015: 160). Kavramı modelleyerek bu yeteneklerin çıktılarını değerlendirmeyi amaçlasalar da her örgütün dinamiklerinin, stratejilerinin farklı olması çok sayıda modelin varolmasına olanak sağlamıştır. Narcizo vd. (2017) inovasyon yeteneği ile ilgili çalışmaları bir çerçeve de vermek istediği çalışmasında kavramı, üç temel kategoride; tanımlayıcı, karşılaştırmalı ve yerleşik modeller olarak gruplamıştır. Her grubun altında farklı modeller bulunmaktadır. Albaladejo ve Romijn Modeli (2000), Çavuşgil ve Zhao Modeli (2000), Panayides Modeli (2006), Wu ve Sivalogathan Modeli (2013) tanımlayıcı modeller, Hurley ve Hurt Modeli (1998), Lawson ve Samson Modeli (2001), Buergin Modeli (2006), Saunila ve Ukko Modeli (2012), Momeni, Nielsen ve Kafash Modeli (2015), Çalık, Çalışır ve Çetingüç Modeli (2017) karşılaştırmalı modelleri ortaya

koymuştur (Narcizo, Canen ve Tammela, 2017: 155-157). İnovasyon yeteneğini modelleyerek ölçmeyi planlayan çok sayıda araştırmacı günün sonunda tek bir inovasyon yeteneği modelinin her organizasyona uygulanabilirliğinin mümkün olamadığını kabul etmiştir (Karabulut, 2021: 47-67).

İnovasyon süreçleri, işlem maliyetlerini azaltma, bilgi miktarını ve kalitesini artırma, koordinasyonu kolaylaştırma ve kolektif eylem sorunlarını azaltma amacıyla gelişen bir dinamik olarak değerlendirilebilir. Bu dinamik, güven, ağlar ve normlar gibi unsurlar üzerinde şekillenir. Sosyal sermaye, yenilikçiliği teşvik eden ve sürdürülebilir ekonomik büyüme ile kalkınma sağlayan önemli bir faktördür (Nielsen, 2005: 2; Laužikas ve Dailydaitė, 2013). İnovasyon süreçlerinin desteklenmesi için inovasyonel yetkinliklerin, yeteneklerin ve kültürün gelişiminin desteklenmesi gerekmektedir (Özdemir ve Demirci, 2012: 56). Yam, Lo, Tang ve Lau'nun (2011) çalışması, bilgi ve öğrenme süreçlerinin giderek daha karmaşık hale geldiği bu dönemde bilimsel literatüre önemli bir katkı sunmaktadır. Çalışma, öğrenme, Ar-Ge faaliyetleri, kaynak tahsisi, üretim, pazarlama ve stratejik planlama gibi inovasyon yeteneklerini daha etkili bir şekilde kullanmanın çeşitli yöntemlerini farklı başlıklar altında ele almıştır. Benzer bir perspektifle, Saunila (2014), inovasyon yeteneklerinin organizasyonlar açısından finansal ve operasyonel avantajlarını vurgulamıştır. Bilgi, sürdürülebilir inovatif faaliyetler için temel bir unsur olarak ön plana çıksa da, rekabet avantajı sağlayan sosyal yeteneklerin de önemli bir itici güç olduğu belirtilmiştir (Laužikas ve Dailydaitė, 2013: 90). Mevcut literatür, geçmiş çalışmalarda daha yüksek yenilikçi yeteneklere sahip şirketlerin rakiplerinden daha iyi performans gösterdiğini, daha yüksek karlılık elde ettiğini ve pazarda uzun süre hayatta kaldığını göstermektedir (Alfirevic ve Talaja, 2014; Agbim, Zeven ve Oriarewo, 2014; Alrubaiee, Al-zubi, Hanandeh ve Ali, 2015; Granados, 2015; Wijekoon ve Galahitiyawee, 2015; Hoang ve Ngoc, 2019; Vu, 2020: 488;). Şirketlerin mevcut yeteneklerini geliştirmek için benimseme süreçlerinde iyileştirmeler yapması, inovasyon ikliminin beslenmesi için çalışanlarını eğitmeleri gibi günümüz çalışmaları da bu başarıyı devam ettirme çabasını göstermektedir.

4. Z KUŞAĞI

4.1. KUŞAK KAVRAMI

Dünya her geçen gün daha fazla küreselleşirken bulundukları kültür dâhilinde insanlar, ortak bir takım toplumsal davranışlar sergilemektedir. Tarihsel süreçte yaşanan olaylara gösterilen tepkilerin aynılığının temelinde; değer yargılarındaki benzerlikler, dönemin hâkim politik, sosyolojik, ekonomik, teknolojik sorunlarının belirli kalıplar halinde tekrarlamaı mevcuttur. Araştırmacılar çeşitli çıkarımlar yapabilmek için sosyal bir varlık olarak adlandırdıkları insanın; biyolojik etmenler, erken yaşta öğrenilen temel insani değerler, inanç sistemlerinin aileden aktarımı, felsefi açıdan benzer kaderlerin paylaşılması, farklı tarihsel dönemlerdeki yaşam rotalarının benzer insan grupları oluşturduğunu ortaya koymuştur (Aşık, 2019: 2600; Beyaz, 2020: 55; Taş ve Kaçar, 2019: 646; Kağıtçıbaşı, 2016:68; Tang, 2019: 21-25). Bu gruplar literatürde kuşak, nesil, jenerasyon, kohort olarak adlandırılmaktadır (Çiçek ve Gökhan, 2019:448; Çetin ve Karalar, 2016:158).

Dünya genelinde tarihsel zenginliğe sahip birçok ülke mevcuttur. Ancak, küresel ölçekteki geniş coğrafya göz önünde bulundurulduğunda, bu tarihî kavramların çeşitli perspektiflerle değerlendirilmesi kaçınılmazdır. Bu çerçevede, sınıflandırdıkları dönemlerin her birinde aynı anlamı taşıması veya bireylerin benzer davranışlar sergilemesi gibi beklentiler, gerçekliği yansıtmayabilir. Olağan olan, bu tarihî zenginliklerin farklı bakış açılarıyla yorumlanmasıdır. Bu sebeple kavramın kendine açıklama bulurken neye göre sınıflandırılacağına dair iki ana gruba ayrıldığı görülmüştür. Kavramın iki gruba ayrılma sebebinin en temel dayanağı insanları yalnızca aynı tarih aralığına göre profillemenin doğru olmadığı savının kuvveti ya da yine benzer şekilde yalnızca aynı çağın koşullarına göre tanımlamanın da sağlıklı bir küme verisi oluşturmayacağına bilinmesidir. Destekleyici çalışması olan Jaeger (1985) kuşak tanımlamalarının iki grupta yapılması gerektiğini savunmuş ilk grup için biyolojik, genetik etkenlerin; ikinci grup için ise sosyal, tarihsel etkenlerin önemli olduğu vurgusunu yapmıştır. Bu sebeptir ki temel hedefi Türkçeyi incelemek ve geliştirmek olan Türk Dil Kurumunun farklı bilim dallarında kuşak kavramına iki grubu kapsayan ortak bir açıklama getirmesi durumu doğmuştur.

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, kuşak kavramı, felsefe ve toplum bilimi gibi kategorilerde incelendiğinde, "Yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş (25-30 yıllık yaş kümeleri) bireylerin topluluğu; aynı çağın şartlarını ve dolayısıyla birbirlerine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış ve benzer ödevlere yükümlü olmuş kişilerin bir araya geldiği bir grup" olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Öte yandan, tarihin en kapsamlı sözlük projelerinden biri olan ve birçok araştırmada referans olarak kullanılan Oxford English Dictionary, kuşak kavramını "yaklaşık olarak aynı zaman diliminde doğan insanların tümü" şeklinde tanımlayarak, bu terimin yalnızca belirli bir grubu temsil ettiğini vurgulamaktadır (Oxford English Dictionary, 2023). Mason ve Wolfinger (2001), kohort analizi çalışmalarında kullanılan "kohort" teriminin, Fransızcadaki "cohort" kelimesinden türediğini açıklayarak, bu terimi ortak özelliklere sahip bir insan grubunu tanımlamak için kullandıklarını belirtmiştir. İkinci grupta yer alan bu araştırmacılar, bireylerin yaşam çizgilerinin benzer deneyimlerden geçtiğini ve bu nedenle benzer özelliklere sahip olduklarını savunmuşlardır. Ayrıca, ortak fikir ve dünya görüşü anlayışıyla bir araya gelen kohortun önemini vurgulamışlardır. Çetin ve Karalar (2016: 646-659) ise X, Y ve Z Kuşağı öğrencilerinin, çok yönlü ve sınırsız kariyer algıları üzerine yaptıkları bir araştırmada benzer görüş sergilemişlerdir. Canlı bir mekanizma olarak karşımıza çıkan kuşakların örneğin Amerika'da ayrıştırılması yapılırken de yazarlar tarafından sosyo-tarihsel kriterler ile ele alındığı, bir diğer örnek olarak Çin'de ise kuşakların çoğu zaman net olarak tanımlanamadığı bunun sebebinin ise kuşaklararası tarihsel esneklik olarak karşımıza çıktığı çalışmalar literatürde mevcuttur. Kavramın köklerinin ilk olarak Karl Mannheim'ın 1893-1947 yılları arasında gerçekleştirdiği Almanca "kuşaklar problemi çalışması"nda görürken (Mannheim 1952; Parry ve Urwin, 2011: 81), Mannheim kavramın çerçevesini çizmenin en doğru adresinin sosyolojiye düştüğünü belirtmiş ve Görmez (2021: 510) kendi çalışmasında kavramı bu açıdan değerlendirerek kuşakların sosyolojik bir analiz olduğunu savunmuştur. Ortak bir kolektif kişiliğe vurgu yapan araştırmacı ortak bir tarihsel konumu paylaşmayı da ekleyerek kavramla ilgili ilk bütüncü açıklamaları ortaya koyan Aguste Comte'nin kuşak çalışmalarını desteklemiştir.

Kuşak sınıflandırmaları yapılırken özellikle son 20 yıldaki çeşitli teknolojilerin çok hızlı bir şekilde gelişmesi son dönem araştırmacılarını, teknolojinin kuşaklar üzerindeki etkisini de ele alarak değerlendirme yapmalarına itmiştir. Bu perspektifte çalışmalarına siyasi, sosyal, ekonomik ve teknolojik manzaraya bakarak uyum içerisinde yaşayan

gruplar şeklinde sınıflandırma yapan araştırmacıların henüz halen yılları baz alarak kuşak belirtmesi yapmaları literatürde en sık görülen yöntemdir.

4.1.1. Kuşakların Sınıflandırılması

Hole, Zhong ve Schawartz (2010: 87-96), “Western Generational Models Can’t, W. Talking About Whose Generation?” adlı çalışmalarında kuşakların ilgili konumdaki coğrafi özelliklere göre şekillendiklerinin üzerinde durmuştur. Bu kanıya destek olarak Birleşmiş Milletlerin 26 Aralık 2022 kayıtlarına göre dünya üzerinde toplamda 208 ülke bulunmasına karşın her ülkenin kendi coğrafi dinamiğinin farklı olacağını söylemek doğru olacaktır (Wikipedia, 2023). Örneğin Amerika Birleşik Devletleri’ndeki genel kanı 5 kuşağın varlığı iken; Çin’de kuşaklar yaygın olarak 4, zaman zaman ise 5 gruptan oluşmaktadır (Ma, Hu ve Gocłowska, 2016; Southgate, 2017:228; Erickson, 2009). Türkiye’de son kuşak olarak görülen Alfalar ile birlikte 6 kategori mevcuttur (Kayıkçı ve Bozkurt, 2018:55). Buna bağlı olarak kuşaktan kuşağa geçişin anahtarını yıllarla temsilleştiren farklı ülkedeki farklı dinamiklere sahip araştırmacılar arasında ortak bir fikir birliği aramak kolay olmamaktadır.

Diğer yandan yıllar geçtikçe yeni nesillerin ortaya çıktığı da birçok kaynakta yer bulmaktadır. Nitekim literatür incelendiğinde de görülmüştür ki dünyada kuşakların sınıflandırılmasında en sık kullanılan yıllar ve isimlendirme noktasında farklı pek çok görüş bulunmaktadır. Aşağıda farklı araştırmacıların farklı yıllarda araştırma süreçlerine kadar olan kuşakları tarihler ile sınıflandırmaları mevcuttur. Bazı araştırmacılar literatürde temel alınan kuşaklar dışında özel kuşak isimlendirmeleri yapmıştır. Bu araştırmacıların tablo verilerinin tümünün kuşakların sınıflandırılmasında gösterilmesinin mümkün olmaması sebebiyle bazı araştırmacı tarihleri arası kopukluk meydana gelmiştir. Araştırmalarını henüz yeni bir neslin ortaya çıkışından önce yapan araştırmacılar ise yeni çalışmalarında kuşakların sınıflandırma gruplarında artışlar göstermektedir (Hole vd., 2010: 88)

Tablo 1. Kuşakların sınıflandırması

Kaynaklar	Kuşakların Sınıflandırması					
	Sessiz Kuşak	Bebek Patlaması Kuşağı	X Kuşağı	Y Kuşağı	Z Kuşağı	Alfa Kuşağı
Appelbaum (2005)		1943-1960	1961-1981			

Tablo 1 (Devamı). Kuşakların Sınıflandırılması

Broadbridge (2007)				1977-1994		
Cennamo ve Gardner (2008)		1946-1961	1962-1979	1980 ve sonrası		
Chen ve Choi (2008)		1946-1964	1965-1977	1978 ve sonrası		
Gürsoy (2008)		1943-1960	1961-1980	1981-2000		
Goh ve Lee (2018)		1946-1964	1965-1979	1980-1998	1995-2009	
Dilman, H. (2019)	1927-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994	1995-2010	2011 ve sonrası
Hammill (2005)			1965-1980	1981-2000	2001 ve sonrası	
Howe ve Strauss (2000)	1925-1943	1944-1960	1961-1981	1982-2000		
İsmailoğlu ve Yılmaz (2019)	1925-1945	1946-1964	1965-1979	1980-2000	2001 ve 2009	2010 ve sonrası
Jurkiewicz (2000)		1946-1962	1963-1981			
Jurkiewicz ve Brown (1998)	1925-1942	1943-1960	1961-1981			
Jha (2020)	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1996	1997-2010	2010-2025
Lancaster ve Stillman (2002)	1900-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1999		
Lyons (2007)	1945 ve öncesi	1945-1964	1965-1979	1980 ve sonrası		
Lamm ve Meeks (2009)		1943-1960	1961-1980	1981-2000		
Martin ve Tulgan (2002)	1925-1942	1946-1960	1965-1977	1978-2000		
McCrindle (2021)	1925-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1994	1995- 2009	2010-2024
Mücevher ve Erdem, (2018)	1925-1945	1946-1964	1965-1980	1981-1995	1996 ve sonrası	
Nagy ve Kölçsey, A. (2017)	1946 ve öncesi	1946-1964	1965-1984	1982-2004	1995-2010	2010-2030
Oblinger ve Oblinger (2005)	1946 ve öncesi	1947-1964	1965-1980	1981-1995	1995 ve sonrası	
Pew Research Center (2019)	1928-1945	1946-1964	1981-1996	1997 ve sonrası		

Tablo 1 (Devamı). Kuşakların Sınıflandırılması

Spitznas (1998)	1925-1945	1946-1964	1965-1980			
Smola ve Sutton (2002)		1946-1964	1965-1977			
Senbir (2004)	1929-1939	1945- 1965	1965- 1977	1977- 1994	2003 ve sonrası	
Sessa (2007)	1925-1945	1946-1963	1964-1982	1983 ve sonrası		
Tarhan (2019)	1925-1945	1946-1964	1965-1979	1980-1999	1996- 2009	2010 ve sonrası
Yelkikalan ve Altın (2010)	1925- 1945	1946- 1964	1965- 1979	1980- 1994		
Zemke ve diğerleri (2000)	1922-1945	1943-1960	1960-1980	1980-200		
Washburn (2000)	1926-1945	1945-1964	1965-1981	1982-2003		
Wong (2008)		1945-1964	1965-1981	1982-2000		
Williams ve Page (2011)			1965-1976	1977-1994	1994 ve sonrası	

Tablo verilerine ek olarak bu çalışmaya esas konu olan kuşak sınıfının z kuşağı olması sebebiyle literatürde en sık kullanılan ve genel kabul görülen tarih aralığı, 1995 yılını kapsayarak 2010 yılına kadar ki doğmuş bireylerdir (Cilliers, 2017; Consultancy.uk, 2015; Francis ve Hoefel, 2018: 3; Seemiller ve Grace, 2017; Gabrielova ve Buchko, 2021; Suderman, 2016; Deloitte, 2019). Günümüz araştırmacılarının 2010 yılı ve sonrası konusunda Alfa kuşağının üzerinde durmaları çalışmanın tarihsel açıdan kuşak üst sınırını belirlemiştir (McCrindle, 2007; Jha, 2020; Apaydın ve Kaya, 2020; Demirel, 202: 1802-1808).

4.1.1.1. Depresyon Kuşağı

Dünyada birinci ve ikinci Dünya Savaşı arasında doğan, hayatını dönemin çetin şartlarına karşın sürmesi sebebiyle Savaş Kuşağı olarak da anılan Sessiz Kuşak'ın, adını dönemin yıkıcı savaş etkisinden sonra insanların davranış ve tutumlarından almıştır. Bu kuşak Türkiye'de Cumhuriyet'in ilk yıllarını gören kuşak olarak gelenekseller, yetişkinler ve depresyon kuşağı olarak da anılmaktadır (Oblinger ve Oblinger, 2005; Williams vd., 2010: 5-6). Kuşağın tarihsel sınıflandırılmasında farklı yıl aralıkları mevcuttur. Literatürde en sık karşımıza çıkan 1942 üst taban yılına sahip bu kuşak, büyük buhranın

yoksulluğunda hayata tutunmaya çalışmıştır. Geçirdiği büyük savaş sonrasında en çok kayıp veren kuşak olarak da literatüre geçmiştir (Gündüz ve Pekçetaş, 2018:92). Yaşlanmanın fiziksel etkileri ile mücadele eden günümüzün en yaşlı kuşak grubu olan bu kuşak için hemen hemen aynı tarihsel aralığını bu grupta toplayan araştırmacılar, kuşağı iki ayrı kümeye bölerek 1. Dünya Savaşı sırasında doğan ve hayat süren kümeye “sessiz kuşak”, 2. Dünya Savaşı sırasında doğan ve hayat sürenlere ise “savaş kuşağı” denilmektedir (Ayhün,2013: 97). Türkiye’deki bireyler, 2. Dünya Savaşına katılmamasına karşın gruplama yapan araştırmacıların birinci ayrıştırma grubu içerisinde yer almaktadır.

Oblinger vd. (2005) yazdığı “Educating the Net Generation” isimli kitaplarında bu iki grubu kapsayan geleneksel kuşağın özellikleri için otoriteye saygı, aileye verilen önem ve topluma katılım, dönemle ilgili araştırmacılara ipuçları vermiştir. Yine kuşaklarla ilgili Williams vd.’nin 2011’de yaptığı çalışma ise Oblinger vd.’ni destekler şeklinde sessiz kuşağın etik ve ahlaki değerlere önem verme özelliğine dikkat çekmiştir.

Yaşadıkları dönem insanlar üzerinde korku temelli hayata tutunma getirdiği için sessiz kuşak mensuplarında israftan kaçınma, sade ve tutumlu bir hayat sürme tarzı literatürdeki çalışmalarda görülmektedir. Benzer şekilde bu kuşak toplum yararına çalışma ve farkındalık yaratma noktasında kararlı bir kuşaktır (Doğan ve Şahin, 2022: 441). Bu dönem kuşağı savaş kuşağı olması sebebiyle dünyanın farklı ülkeleri tarafından düşmanlara karşı ortak birleşmelerin de görüldüğü kuşaktır. Örneğin Amerika bu dönemde süper güç olarak ortaya çıkmıştır (Williams vd. 2010: 5). Sosyal huzur ve aile birliğinin önemli olduğu kuşağın yaşadıkları ardı ardına yaşanan iki savaş sebebiyle mental ve fiziksel yıpranmalarla birlikte depresyonu da beraberinde getirmiştir. Bundan sebeptir ki depresyon kuşağı olarak da anılan bu kuşağın bireyleri erken emekli olmuştur (Patalano, 2008).

4.1.1.2. *Bebek Patlaması Kuşağı*

İkinci Dünya Savaşı'nın ardından uzun bir ekonomik belirsizlik döneminden çıkan nüfusun artmasıyla "büyük nesil" veya "1 milyar bebek" olarak adlandırılan kuşak, genellikle 1946-1964 yılları arasında doğan bireyleri içerir. Bu döneme ilişkin bakış açısı farklılıkları nedeniyle, araştırmacılar bu kuşağı çeşitli isimlendirmelerle adlandırmışlardır. Örnek olarak, Geçiş Dönemi Çocukları, Aşk Kuşağı, Sandviç Kuşağı, Soğuk Savaş Dönemi Çocukları, Patlama Kuşağı gibi ifadeler kullanılmıştır (Williams

vd. 2010: 6-7; Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014: 171; Gündüz ve Pekçetaş, 2018: 93). Bu kuşak kendinden önceki kuşağa nazaran savaşın fiziksel hareketlerini geride bırakmış nispeten refaha kavuşmuş, kendine dönmeyi başarmış bir kuşaktır. Ekonomik gelişmeler ile birlikte kuşak bireyleri kariyer inşalarına başlamıştır. Mal ve hizmete özlem duyulan yılları geride bırakan kuşak ülkemizin ihtilal ve çok partili yıllarını yaşamıştır (Ayhün, 2013: 99). Türkiye için diğer yandan olumlu gelişmeler yaşanmış evlere televizyonlar girmiştir. Bu sebeptendir ki kuşak için bazı araştırmacılar “Televizyon Kuşağı” ismini de çalışmalarında zikretmiştir (Taş ve Kaçar, 2019:647). Türkiye’de yaşanan bir diğer önemli olay ise sessiz kuşağın yaşlı bireylerinin ekonomiden çekilmesini isteyen hükümetin, dönemin çocuk patlamasına olan gelecek güveni ile de emeklilik yaşını düşürmesidir (Ayhün, 2013).

Türkiye Cumhuriyeti bu jenerasyonda ilk darbesini yaşarken dünya altın radyo çağını yaşamıştır (Kuyucu, 2014: 57). Paralel olarak çeşitli ülkelerde Ay’a yolculuk yapılmış, insan ve kadın hakları hareketleri oldukça önem kazanmıştır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili 2014: 172). Çok çalışarak geleceklerini garanti altına alacağını düşünen soğuk savaş dönemi çocukları öğretmenlik, din, gazetecilik gibi alanlara yönelmişlerdir (Williams vd., 2010: 7). Aka 2018’de kuşaklarla ilgili çalışmasında bebek patlaması kuşağı için “büyük nüfusları, büyük egoları ve işkolik tavırları” olduğu vurgusunu yapmıştır. Francis ve Hoefel (2018) da, z neslini gerçek nesil olarak adlandırdıkları ve bu neslin şirketler üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmalarında, günümüz gençlerinin yarının gençlerinden farklı bir perspektife sahip olduğunu belirtmişlerdir. Yaptıkları analizde, bebek patlaması kuşağının idealist, devrimci ve kolektivist bir karaktere sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Moore ve Frazier’ın 2017 yılında “Z Kuşağı İçin Mühendislik Eğitimi” başlıklı makalelerinde ise kuşakların farklılıkları tablosunu Lancaster ve Stillman (2002), Hunter-Jones (2012), DeBard (2004), Northeastern (2014) ve Schuck (2012) kaynaklarını kullanarak oluşturmuştur. Bebek patlaması kuşağı için diğer araştırmacılara benzer şekilde kendinden emin, ifade özgürlüğünü savunan ve buna yönelik meslekler seçen, otoriteye karşı güvenin az, bir önceki kuşağın uğradığı ailevi yıkımlar sebebiyle çocukken şımartılarak büyütülmüş ve yıldız kariyerli ortaya koymak isteyen bireyler şeklinde kuşağı betimlemişlerdir.

4.1.1.3. X Kuşakı

Bebek bombardımanı kuşağının çocuklarını oluşturan 68 kuşağı, yabancı ve Türk birçok araştırmacının farklı adlandırdığı bir kuşaktır. Bu kuşak, sosyal ve ekonomik nedenlerle ortaya çıkmıştır; siyasi sebepler ışığında “kayıp kuşak” olarak adlandırılmış, yüksek sorgulayıcılığı nedeniyle "Neden ben?" kuşağı olarak tanımlanmış ve farklı dönem özelliklerinden dolayı haylaz kuşak, bumerang, MTV kuşağı, baby busters, post boomers, the slakes generation gibi çeşitli isimlendirmelere sahip olmuştur (Çetin ve Karalar, 2016:160; Taş ve Kaçar, 2019:653). Tablo 1’de yer aldığı gibi kuşakların tarihsel sınıflandırmasında farklı yorumlar mevcuttur. 60’lı ve 80’li yılları kapsayan bu kuşak için Kanadalı yazar Douglas Coupland, "Generation X" adını verdiği kitabında, bu döneme ait insanların kendilerinin "bize x deyin" şeklinde anılmak istediklerinden bahsetmiştir. Kuşak etiketlere meydan okuması sebebiyle Coupland’ın açıklamasından sonra genellikle X veya Xers kuşağı olarak da anılmaktadır (McCrindle, 2006).

Türkiye’de ve Dünya’da Geçiş Dönemi Çocukları en hızlı gelişmelere ev sahipliği yapan kuşak olmuştur. Bu dönemde ekonomik, sosyolojik, psikolojik değişimlere bir yeni başlık olarak teknoloji eklenmiştir. Teknolojik gelişmelerin büyük bir kısmı bu kuşakta gerçekleşmiştir. İlk kişisel bilgisayar bu dönemde alınmıştır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014: 172). Televizyon bir önceki kuşakta çıkarken bu kuşakta transistorlu radyo ile birlikte yaygınlaşmıştır. Öyle ki Türkiye Radyo Televizyon Kurumu özerk tüzel kişilik olarak bu dönem de ilk yayını yapmıştır (Taş ve Kaçar, 2019: 647). Yerli malı merdaneli çamaşır makineleri, bantlı teyp, 45’lik müzik kasetleri de dönemin farklı teknolojik gelişmelerindendir (Fettahlıoğlu ve Sünbül, 2015: 32). Teknolojinin dünyalarını değiştirdiğinin farkında olan kuşak, bu gelişmelere rağmen yetişme isteklerinden dolayı teknoloji okur yazarlığını önemsemiştir (Williams vd., 2010: 8).

68 kuşağının kutuplaşmış, siyasi algısının üzerine ülkemizde 1980 askeri darbesi gerçekleşmiştir. “Politik suskunluk döneminde” olan Türkiye 12 Eylül sağ-sol çatışmaları ile boğuşurken dünya bölgesel çatışmalar ve terörizmle kıvranmaya başlamıştır (Mothersbaugh ve Hawkins, 2016: 1229-130). 1973 petrol krizi, Berlin Duvarı’nın çöküşü bu kuşakta yaşanmıştır (Sprague 2008). Dünyaya kapitalizm ve meritokrasi hâkim olmuştur (Francis ve Hoefel, 2018: 3). Bireysel ve materyalist davranışlar sergileyen kuşak bireyleri zorlu ekonomik koşullarda yetişkinliğe ulaşmıştır (Williams, 2010: 8). Fettahlıoğlu ve Sünbül (2015) çalışmalarında dönemin iki ayrı insan grubunu oluşturduğunu ifade etmiş ve bu dönemi sosyalizmden liberalizme dönüş kuşağı olarak

adlandırarak, iki farklı zihniyetin aynı dönemde bir arada var olduğu kanısını ortaya koymuştur.

Aile ve işte mutluluk odaklı olan 'Neden Ben Kuşağı', genellikle boşanmış, çalışan ve çoğunlukla kadın ebeveynlere sahip evlerde bđyđmüřtür. Bu nesil, yüksek boşanma oranlarına tanık olan ve geniş aile yapılarına adapte olmuş bir kuşaktır, bu da üvey kardeşler, üvey ebeveynler ve yatılı ilişkiler gibi çeşitli aile dinamiklerini içermektedir. Eğitim konusunda önceki kuşaktan daha yüksek bir başarı oranına sahiptir, özellikle bu başarı, kadın bireylerin üniversite eğitimi alma ve devam etme konusundaki yüksek oranlarıyla kendini gösterir (Williams vd., 2010: 8). Bu kuşak, ailelerinin teşvikiyle özellikle kız çocuklarının eğitim almalarına ve kariyer yapmalarına odaklanmıştır. 1980 sonrasında doğan Neden Ben Kuşağı, önceki kuşak ebeveynlerinin attığı eğitim temellerini ekonomide aktif bir rol olarak sürdürmüştür. Bu durum, geleneksel ev rollerinde ve aile yaşamında önemli değişikliklere yol açmıştır. Cinsel korunma yöntemlerinin yaygınlaştığı Haylaz Kuşak Döneminde ebeveynler, ocuk sahibi olma konusunda daha küçük aileleri ve dönemin refah seviyesini gözetmişlerdir (Fettahlıoğlu ve Sünböl, 2015: 31). Ancak, bu kuşağın aile mutluluğuna olan büyük odaklanışı nedeniyle birçok birey, kariyerlerinden ödün vermek konusunda tercih yapmak durumunda kalmıştır (Taş ve Kaçar, 2019: 648). Zemke, Raines ve Filipczak (2013) kendinden önceki kuşağı Mahatma Gandhi'ye, Boomerların çocukları olan bu kuşağı ise psikolojik olarak Martin Luther'e benzetmiştir. Hayatlarını denge kelimesi üzerine kurmaya çalışan kuşak çoğu zaman her konuda nettir. Örneğin çalışmak için yaşayan bir nesil olmak yerine, yaşamak için çalışan bir nesil olma kararlılığı ve netliğini göstermişlerdir.

4.1.1.4. *Y Kuşağı*

Bebek patlaması kuşağı sonrasında ikinci kez doğum oranlarının kademeli olarak yükseldiği bu kuşak, araştırmacılar tarafından Eko Patlaması, Sonrakiler, Ađ Kuşağı ve Y Kuşağı olarak anılmıştır (Duchscher ve Cawin 2005: 497; McCrindle 2006; Solaja ve Ogunola 2016: 50; Balaban, Ertuğ ve Yenice, 2018: 87-88). Bu adlandırmaların yanı sıra kuşak ilk kez Howe ve Strauss'un "Millennials Rising: The Next Great Generation" adlı kitabında milenyum olarak zikredilmiştir (Akçay 2022: 819). Birçok araştırmacı yazarın ortak paydada buluştuğu haklarında "y kuşağı kendinden önceki tüm tarihi nesillerin en bilinçli ve ırksal açıdan çeşitli kuşağı olma özelliğine sahiptir" kanısı savunulan kuşak, bir kesim araştırmacı tarafından da yıpratıcı eleştirilere sahip olmuştur (Lower, 2008). Fettahlıoğlu ve Sünböl (2015:32) Y kuşağı "alışmaktan hoşlanmayan, hızlı tüketicisi,

AIDS gibi cinsel yolla oldukça hızlı bulaşan hastalıkların ev sahipliğini yapan ve obezite rahatsızlığının korkutucu derecede yaygınlaştığı içler acısı bir kuşak” şeklinde tanımlanmıştır (Sprague, 2008; Weingarten 2009). Gabrielova ve Buchko (2021) da bu kanıları destekler şekilde kuşağı, ırksal ve etnik çeşitlilik tartışmalarının kaynağı olarak görmüştür. Mothersbaugh ve Hawkins (2016) ise çalışmalarında görünür evsizliğin, uyuşturucu kullanımının, çete şiddetleri varlığının y kuşağı için adeta vücut bulmuş halini çizmişlerdir. Nitekim bir grup araştırmacı da kendileri kuşak çalışmaları içinde örnek alınan birçok çalışmaya imza atmış, her neslin kendinden önceki nesillerin sorunlarını çözmek zorunda kaldığı ve temizlenmenin yıllar alacağını savunmuştur (Akçay, 2022: 819).

Kuşak çalışmalarının babası varsayabileceğimiz Karl Mannheim’den sonra literatüre adını yazdırmış olan Howe ve Strauss da, kuşağı; önceki nesillerin hepsinden daha varlıklı, eğitilmiş ve teknolojik olarak başarılı şeklinde tanımlamıştır (Howe ve Strauss, 2000). Weingartner (2009), iki ayrı görüşü mantıklı bir çerçevede açıklayabilmek için yaptığı bir çalışmada, genellikle her nesil hakkında genellemeler yapıldığını ve örneğin sessiz kuşak için iletişimsiz ve saygı bekleyen, bebek bombardımanı için işkolik, X kuşağı için tembel, Y kuşağı için ise talepkâr, sadakatsiz ve sabırsız olarak nitelendirilen insanların yorumlarının, kuşakların birbirlerinin kültürlerini, yaşam tarzlarını ve geçmişlerini anlamamalarından kaynaklandığını ifade etmiştir. Şimdilerde Amerika’da John Hopkins Üniversitesi Bloomberg Halk Sağlığı Okulu’nda profesörlük ve ergen sağlığı üzerinde çalışmalar yapan Robert Blum, y kuşağının arzuları ve silahları tarafından yönlendirilen bir nesil olmadıklarını söylemiş ve eklemiştir: “Bu dönemde bir önceki kuşağa nazaran ergen hamileliğinde azalma görülmüş, lise terk oranları azalmış, gençlerin alkollü araç kaza oranları düşmüş, uyuşturucu kullanımı azalmış ve hapis, tutuklanma oranlarında ciddi düşüşler görülmüştür” (Martin ve Tulgan, 2001; <https://publichealth.jhu.edu>; <https://jhu.pure.elsevier.com>).

Yüklü miktarda bilginin bir tık uzağında büyüyen kuşak değişime kucak açan bir toplumun zeminini oluşturmuştur. Zaman ve mekân kavramlarının manalarını yitirdiği bu kuşak üyeleri için literatürdeki çalışmalarda sık sık teknoloji çağı insanları ve çevrimiçi sosyal kişilik sahibi bireyler şeklinde benzetme ve betimlemeler mevcuttur. Teknoloji tutkunları sahip oldukları imkanlar sayesinde küresel dünya vatandaşları olarak da anılmaktadır (Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014: 174; Weingarten, 2009; Ayhün, 2013: 102; Zemke vd., 2013).

Birçok yeniliğin ilk çıktığı dönemin Amerika'sında cep telefonları, video oyunları oldukça revaçtadır. Myspace, Facebook gibi sosyal ağlar tüm dünya da çığır açan yenilik olarak görülmektedir (Weingarten, 2009). Öte yandan cinsel içerikli reklamlar ve filmler, şiddet dolu video içerikleri de bu kuşakta görülmektedir (Martin ve Tulgan, 2001).

Y'lerin dünyasında da diğer kuşaklar gibi çeşitli siyasi huzursuzluklar, ekonomik çalkantılar, durgunluklar görülmüştür (Gabrielova ve Buchko, 2021). Savaş kavramına yakın olan bu kuşak için yalnızca fiziksel olarak kılıç kalkan kuşanan bir düşmanın varlığı söz konusu değildir. Onlar için düşman evlerinin içerisinde, mahallelerinde, oyun alanlarında bulunabilmektedir. Örneğin taciz eden yetişkinler, okulda hiç beklenmedik anda küçük duruma düşürebilecek arkadaşları, dünyanın geleceğine tehdit olabilecek terör örgütleri bu nesil için düşman tanımlamasının içerisine girmektedir (Martin ve Tulgan, 2001). Dönemde yaşanan terör olayları içerisinde Dünya Ticaret Örgütü, Oklahoma City ve Atlanta Yaz Olimpiyatları'nın bombalanması bulunmaktadır. Aynı zamanda kimi milletlerin çöküşüne şahit olmuş nesil, Sovyetler Birliğinin dağılmasını izlemiştir (Mothersbaugh ve Hawkins: 133, 2016; Martin ve Tulgan, 2001). Irak Savaşı, çeşitli doğal afetler de bu kuşakta yaşanmıştır (Weingarten, 2009).

Ebeveynlerinin onlar için ne düşündüğünü oldukça önemseyen y kuşağı, eğitimin başarının anahtarı görmüştür (Zemke vd., 2013). Kendinden önceki nesiller tarafından en yüksek eğitilmiş nesil olmaları beklenmektedir. Nitekim nesilde entelektüel olarak kendini çok iyi ifade etmektedir (Mothersbaugh ve Hawkins, 2016: 133). Mizaha, ironiye ve dürüstlüğe önem veren, meraklı ve yenilikçi betimlemeleri de diğer övgülere ek olarak y kuşağı için söylenmiştir. Nispeten yüksek yaşam standartlarına sahip nesil markalara önem vermektedir. Tanımlamalara ek olarak çok talepkâr, hızlı yanıt ve sonuçlar için çalışan, yaş ve deneyimleri sebebiyle eski nesillere saygı duymayı zorunlu görmeyen, kahraman zihnine sahip, iyimser ve kendinden emin, iddialı ve yüksek finansal, kişisel hedefleri olan, karar verme süreçlerinde söz haklarının olmasına alışmış, emir verilmeyip iş birliği yapılması gereken, işe alınması ve elde tutulması zor, zaman zaman iş sadakati eksikliği yaşan tabirleri kendileri için literatüre konu olmuştur (Duchscher ve Cowin, 2004: 497-498; Soloja ve Ogunola, 2016).

4.1.1.5. Z Kuşağı

Bu araştırmanın örneklemi oluşturarak kendilerinden yabancı ve yerli literatürde çokça kez farklı isimlendirmelerle bahsedilmiş, bu çalışmada ise z kuşağı olarak anılacak olan

neslin biyolojik açıdan yaş sınıflandırmasında diğer kuşaklarda da olduğu gibi bir keskinlik mevcut değildir. Kuşaklar birbirlerini takip eden periyotlarla anıldıkları için sınır ihlallerinin olması normal karşılanmalıdır. Adeta bir mozaiği andıran yapıları bütüncül düşünülürse mana kazanmaktadır. Aralarına camdan tuğlalar örmek doğru görülmemektedir (Karan, 2021:31). Tarihsel esnekliğe rağmen konuya dair bu araştırma için Tablo 1’de verilen örnekler dahilinde 1995-2010 yılları arası doğmuş bireyler baz alınmıştır.

Değişimin olağan üstü hızlı dönüşümün ise çok zorlayıcı olduğu bir çağda teknolojinin can damarı olan bu nesil adından çok kez teknoloji ile ilgili kavramlarla bahsettirmiştir. Örneğin Bağcı ve Onur (2019: 246) IGen kullanımıyla Türkçesi internet kuşağına karşılık gelen sıfatlandırmayı yapmış, gençlik kuşağı, yeni sessiz kuşak, Zeds gibi literatürde farklı kullanımlarının da olduğunu belirtmişlerdir. Günümüze kadar kuşağın süregelen isimlendirmeleri yabancı kaynaklarda şu şekilde: Homeland Generation, Pivotal, Founders, Pulurals, Centennials, IGen, Gen Next, Net Generation, Gen Tech, Post Gen, Gen Wii; Facebook Generation; Türkçe kaynaklarda ise, Kristal Nesil, Indigo Çocuklar, “Her Zaman Online” Nesli, Gelecek Kuşak, İnternet Kuşağı, Google Kuşağı, .com Kuşağı şeklinde sayısız adlandırma mevcuttur (Aslaner ve Aslaner, 2021; Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014: 174; Çetin ve Karalar, 2016:646; Igel ve Urguhart, 2012; Seemiller ve Grace, 2016; Turner, 2015; Twenge 2017; Wiedmer, 2015; Chicca ve Shellenbarger, 2018; Bencsik, Horváth-Csikós ve Juhász; 2016; Tang, 2019: 22).

Karma gerçeklik ile sanal gerçekliği aynı anda yaşayabilen “fijita kuşağı” için diğer taraftan şu da bilinmelidir ki, genel karakteristik özelliklerine bakılarak ciddi farkların da göze çarpması muhtemeldir. Levickaite (2010: 173) teknoloji iletişimcisi benzetmesi ile kuşağın hem teknoloji ile etkileşim halinde olduğuna, hem de iletişim noktasında çok güçlü olduklarına dem vurmak istemektedir. Sosyal ilişkileri gelişmiş z kuşağı teknolojiyi bir araç olarak tüm hayatlarına adapte etmiştir. Evrensel olarak tek isim altında sınırlandırılmayan kuşak benzersiz özelliklere sahiptir. Örneğin kendin yap ve görev odaklılıkları başarılarının kilit anahtarıdır. Bu da iş dünyasında kendi kendilerini terfi ettirmelerine yaramaktadır (Tang, 2019; Talmon, 2019). Kuşak, çeşitli hackathonlara katılarak, staj programlarında deneyim kazanarak, türlü vaka çalışmalarında ve mentörlüklerde görev alarak kendin yap çalışma prensiplerini ortaya koymuştur. Öte yandan kuşak kariyerlerini Youtube gibi platformlarda prestijli gördükleri youtuber unvanları ile içerik üretmek suretiyle oluşturmaktadır. 4 nesil öncesinin anlayışı olan

“altın bilezik” metaforu bu neslinde dikkate aldığı bir güvence türüdür (Kuran, 2021: 221).

Kendinden önceki nesillere nazaran daha laik bir toplum yapısı için fikir beyan eden z kuşağı, Dünya’nın her kıtasında farklı davranış sergilemesi ile de derinlemesine irdelenmesi gereken ilgi çekici, literatürde de bu ortak kanı kabul edilmesi sebebiyle araştırmaların yoğunluk gösterdiği bir konu olmuştur. Fi Tang 2019’ da Çin’de yaptığı z kuşağı araştırmasında farklı ulusları karşılaştırarak, z kuşağını tanımamızı sağlamış, ABD ile Rusya’daki z kuşağı bireylerinin birbirinden oldukça farklı özelliklere sahip olduğunu ortaya koymuştur. Bu çerçevede ülkelerin aynı dönem kuşaklarının kültürleri, geçmiş kuşaklarından aktarılan mitleri ve diğer daha birçok madde sebebiyle kuşak akran farklılıklarını koruyabilmektedir. Günümüzde yalnızca Türkiye’deki z kuşağı üyelerine bakıldığında dahi farklı ve zengin özelliklerin görülebilmesi mümkündür.

Forbes Magazin’in yaptığı bir araştırma, günümüzdeki Z kuşağının öncelikli önem sıralamasında çevrimiçi olmanın öne çıktığını ve küreselleşmenin etkilerini yoğun bir şekilde yaşadığını göstermektedir (Dill ve Staff, 2015). Araştırma kapsamında 49 bin gence çeşitli sorular yöneltilmiş ve elde edilen sonuçlar, bu teknoloji neslinin sadece akıllı olmaktan ziyade zeki olmaya vurgu yaptığını ortaya koymaktadır. Z kuşağının cesur bir karaktere sahip olması, özellikle liderlik isteğini beraberinde getirmektedir. Diğer çalışmalar da bu neslin uzun iş saatlerine ve monoton bir yaşama olumsuz bakış açısına sahip olduğunu desteklemektedir (Mitchell, 2008: 665). Ayrıca, bu araştırmalar Z kuşağının bireysel ihtiyaçlarına duyarlı olduğunu gösterirken, yaratıcı düşünce kapasitelerinin yüksek olduğunu ve girişimci bir yöne sahip olduklarını ortaya koymaktadır. Astlık üstlük ilişkilerine karşı mesafeli bir tutum sergileyen Z kuşağı, aynı zamanda hem sanal hem de gerçek dünyada aktif bir şekilde varlık göstermektedir.

Z kuşağı, kendi hikayelerini yazma konusunda öğretmene ihtiyaç duymayan bir nesil olarak öne çıkmaktadır. Eski iletişim yöntemlerinden uzaklaşıp mesajlaşmayı tercih eden bu kuşak, yaşamlarını kolaylaştırdığına inandıkları akıllı uygulamalara yönelmektedir. Yapılan çeşitli araştırmalar, Z kuşağının, yeteneklerini sınırlayabilecekleri düşüncesini benimsemeleri nedeniyle günümüz işverenlerine mesafeli bir tavır sergilediklerini ortaya koymaktadır (Dill ve Staff, 2015; Bencsik, Horváth-Csikós ve Juhász, 2016; McCrindle, 2021; Değseven Emecen, 2020: 69; Görmez, 2021: 517; Kavak, 2022). Ayrıca, bu kuşağın farklı beklentilere sahip olması, kariyer odaklarını medyaya çevirmelerine neden olmaktadır.

Kendi dönemi içerisinde küresel ısınmanın yanı sıra beraberinde getirdiği çeşitli büyük yıkımları, doğa olaylarını gören kuşak, aynı zamanda ulusal ahlakın çöküşünü, Irak/Afganistan Savaşı'nı, Wikileaks Olayı'nı, Arap Baharı'nı, Covid-19 Pandemi sürecini, Gazze katliamını, ülkemiz z kuşağı ise ekstra olarak Gezi Parkı olaylarını, 15 Temmuz darbe girişimine tanıklık etmiştir. Z kuşağı, benzer olaylarda ulusal çıkarlarını savunarak gönüllülük çalışmalarına özel bir değer atfetmiş ve insanların yanında yer almıştır (William vd., 2010: 10-11; Güleç Bekman ve Gündüz, 2022: 11). 2018 yılında kendi ülkesi İsveç'te iklim değişikliklerine ve küresel ısınmaya dikkat çekmek isteyen z kuşağı mensubu Greta Thunberg okul grevi yaparak o yılın ses getiren en etkili 25 gencinden biri seçilmiştir (Karan, 2021: 49). Yetkinlikler söz konusu olduğunda z kuşağı kendini sorumluluk alma ve problem çözmede yetkin görmektedir (Kuran, 2021:155).

Ülkelerde yaşanan fiziki olayların yanı sıra z kuşağı kendi içerisinde bilişsel, psikolojik, davranışsal problemlerle de başa çıkmak zorunda kalmıştır. Okullarda akran zorbalığının görüldüğü, sanal arkadaşlıkların ne getireceğinin bilinemediği, ergen bağımsızlığını doyasıya yaşamak isteyen nesil için olumsuz çıktılar doğurmuştur. Akran kabulünün kolay olmadığı dönemin bireyleri olan hiper bilişsel neslimiz, temelde bir yere ve bir kimselere ait olma gereksinimi yüksektir. Uyum sağlamaya değer verir ve toplum yararına hizmetin bu aitlik hissine kapı açacağını düşünmektedir (William vd., 2010; Francis ve Hoefel, 2018). Microsoft'un 2018 Mayıs ayında gerçekleştirdiği Dijital Nezaket Araştırması, Türkiye'nin de içinde bulunduğu 22 ülkede, Türk gençlerinin online tehditlere maruz kalma oranının %73 olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer ülkelerdeki ortalama tehditlere maruz kalma oranı ise %60'tır. Bu tehditlerin çoğu, cinsel içerikli istenmeyen mesajlar, yalan haberlere inanma ve saldırgan kişiler tarafından uygulanan teknolojik şiddetle ilgili olup, Z kuşağının bu olumsuz etkilerle baş etmesini gerektirmektedir (Kuran, 2021: 99). Ayrıca, Z kuşağı bazı kaynaklarda internet bağımlılığıyla anılmakta olup, materyalist düşünce yapısı ve aşırı bireyselleşme eğilimleri, yalnızlık hissine yol açmaktadır. Bu durum, "sessiz kuşak" tanımını ortaya çıkarmıştır (Kırık, Köyüstü; 2018: 1504). Z kuşağının aile içinde de yalnızlık yaşadığı, sosyal olmayan ve izole bir yaşam tarzını benimsediği iddiaları bazı araştırmacılar tarafından dile getirilmiştir (Kavak, 2022; Chicca ve Shellenbarger, 2018). Sanal dünyada aktif olmaları, Z kuşağının fiziksel hayatta daha zor yer bulmalarına neden olabilir. Bu kuşak, büyük ekran çağının küçük ekran aktörleri olarak nitelendirilebilir. Emojili iletişimi ve oyunları seven, video iletişimle samimiyet kurmayı tercih eden, dijital ayak

izi konusunda dikkatli olan ve teknolojiyi hevesle tüketen bir dijital dünya açgözlüsü olarak öne çıkmaktadır (William vd., 2010; Güleç Bekman ve Gündüz, 2022: 46; Chicca ve Shellenbarger, 2018). Ayrıca, Z kuşağı, teknoloji dünyasındaki idollerinin başarısızlıklarını ve skandallarını da yine teknoloji sayesinde öğrenmiştir (Talmon, 2019). Mücevher (2021) yılında Süleyman Demirel Üniversitesi ve Isparta Bilimler Üniversitesi'nde z kuşağı mensupları üzerinde yaptığı araştırmasında kuşağın güçlü ve zayıf yönleri, tehditleri, yetkinlik ve fırsatlarını SWOT Analizi yaparak ortaya koymuştur. Tablo 3'te kuşağın yukarıda da anlatılan benzer özellikleri, çalışma ile desteklenmiştir.

Tablo 2. Z Kuşağının Özellikleri

Kaynak	Z kuşağının özellikleri
Penfold, 2017	Detaylı, uzun açıklama ve metinler, zaman alıcı ya da yinelenen işleri sıkıcı bulurlar.
Twenge, 2017	Her türlü ayrımcılığa karşıdırlar.
Elmore, 2019	Girişimci, duyarlı, çoklu görev becerisine sahip ve teknoloji bağımlısı bireylerdir. Bunun yanında alaycı, özel ve özgündürler.
Palfrey ve Gasser, 2008	Dijital yerliler denme sebeplerinden birisi olarak mütemediyen kendi nesilleri ile bağlıdırlar.
Lenhart, 2013.	Sosyal medyada fazlasıyla aktiflerdir.
Reeves ve Oh, 2008	Dilleri, teknolojiktir ve çok fazla teknolojiye bağımlıdırlar.
Tari, 2011	Mücadele becerileri zayıftır, sabırsızdırlar. Ancak çabuk, zeki, cesur ve lider oldukları söylenebilir. İlave olarak yeni şeyler denemeyi sevdiklerinden bahsedilebilir.
Desai ve Lele, 2017	Hızı fazlasıyla önemserler. Çoklu görevlere ve çoklu kaynaklara sahip bilgilere değer verirler.
Tabscott, 2009	İşbirliği, özgürlük, araştırma, eğlenme, güven, hız ve yaratıcılık önemli özellikleri arasındadır.

4.1.1.6. Alfa Kuşağı

Sınır tanımayan, hatta kendi adlarını bile kendilerinin belirlediği Alfa Kuşağı, günümüz dünyasının henüz 13 yaşındaki çocuklarıdır (Berkowitz, 2016, Adage.com). Araştırmacılar bu kuşaktan, onlar daha doğmadan önce bile isimsiz ve adı konmamış bir kuşak olarak bahsetmişlerdir (Sandeem, 2008). Alfa Kuşağı, Dijital Yerliler, Gen Teknolojisi, Net Gen gibi çeşitli isimlerle anılmaktadır. Bu kuşak hakkında şu ana kadar sınırlı sayıda araştırma yapılmış olsa da, gelecekte gerçekleştirilecek çalışmaların literatür için önemli çıkarımlar ortaya koyabileceği düşünülmektedir (Demirel, 2021: 1807; Yalçın Kayıkçı, Kutluk Bozkurt, 2018: 55). Avustralyalı demografi uzmanı ve fütürist Mark McCrindle tarafından yürütülen bir araştırmada, kendine "Alfa" adını veren kuşak, Yunan alfabesinin ilk harfine atıfta bulunmaktadır (Yalçın Kayıkçı, Kutluk Bozkurt, 2018: 55; Nagy ve Kölcsey, 2017:10; <https://www.businessinsider.com>). Bu kuşak, daha önce X, Y ve Z kuşakları üzerine yapılan konuşmalara benzemeyen yeni bir dünya düzenini temsil etmektedir. Önsezileri güçlü araştırmacılar tarafından adlandırılan bu kuşağın yorumları, literatürde önemli bir konu olmuştur (McCrindle, 2022). Alfalar, eskiye dönüş yerine 21. yüzyılda doğup muhtemelen 22. yüzyılda da yaşayacakları yeni

bir düzenin başlangıcını simgelemektedir (McCrindle, 2021).

Cam kuşağı benzetmelerin üstlerine tam oturduğu kuşak ekranların ikinci ebeveynlerinin olduğu bir dünyaya merhaba demişlerdir. Telefonlar onları sakinleştirmek için emzik yerine kullanılmıştır (Tozlu 2022: 724). Konuşma yetisi, ekran kullanma becerisinden daha sonra gelişen, 2024 Aralık ayında son üyeleriyle birlikte dünyada 2 milyar üyesi olacağı tahmin edilmektedir. Nesil için en önemli vurgu teknolojinin içine doğmaları olurken alfaların eğlence ve eğitim araçlarının ekranlar olduğunu kanıtlayan çalışmalar literatürde mevcuttur (McCrindle, 2021). Doğdukları zamandan on üç yaşına kadar olan süreçte görüntüleyici nesil olma özelliği taşıyan Alfa Kuşağı “tat ekranları” metaforu ile her türlü teknolojiyi yalayıp yutacak durumdadır (Berkowitz, 2016, Adage.com). Mevcut dönemde hologramlara, 3D yazıcılara, giyilebilir teknolojilere, insansı robotlara şahit olan Alfalar fütüristler tarafından onları bekleyen gelecekte gen terapistliği, holoportasyon, robot veterinerliği, duygu tasarımcılığı, rüya gerçekleştiriciliği gibi meslekleri icra edecekleri düşünülmektedir (Yalçın Kayıkçı, Kutluk Bozkurt, 2018: 61; Birer 2016). Dilman (2019: 97), Alfaların eğitimde didaktik yaklaşımların yerine yaratıcılığa, rekabetin iş birliğine, ödevlerin ise oyunlarla değiştiği bir dönemin çocukları olduğunu savunmaktadır. Bu kuşak, ansiklopedi veya sözlük kullanmamaları, mektup yazmamaları gibi bazı geleneksel alışkanlıklardan uzaklaşmış olup, geniş bir bilgi yelpazesine sahip olsalar da bu bilgileri derinlemesine deneyimleme konusunda sınırlıdır (Erbay, 2017).

Alfalar, teknoloji alanındaki hızlı değişimlere ayak uydurarak Web 1.0, Web 2.0, arttırılmış gerçeklik, sanal gerçeklik gibi terimlere aşina bir şekilde büyümüşlerdir. Ancak, bazı araştırmacılar bu teknoloji bilgilerine sahip olsalar da, birçok yönden yaşlı bir nesil olduklarını iddia etmektedir (Kaynak, 2017; Mccrindle, 2021). Ayrıca, fiziksel olgunlukları daha erken gerçekleşen Alfalar, aynı zamanda uzun bir ergenlik sürecine sahip olan ilk kuşaktır. Bununla birlikte, ekran ergenliği gibi yeni sorunlar da Alfa kuşağının karşılaştığı zorluklar arasında yer almaktadır (Kaynak, 2017; Mccrindle, 2021).

Neslin, yeme alışkanlıkları ve hareket kısıtlılıkları nedeniyle daha az yaşayacağını varsayan bazı araştırmacılar bulunmaktadır (Kaynak, 2017, <https://mediacat.com>).

Her bir neslin en yaşlı ebeveyne sahip kuşak Alfaları dünyaya getirenlerin ebeveyn olma yaşının erkeklerde 33, kadınlarda ise 30,8 olduğunu ortaya koyan ABD Hastalık Kontrol Merkezi neslin ileride evlilik kurumuna bakış açıları ve çocuk sahibi olma istekleri

üzerinde bize ipuçları vermektedir (ABD Hastalık Kontrol Merkezi, 2023). Tablo 2’de alfaların doğdukları zamandan günümüze gerçekleşen teknolojik gelişmelere yer verilmiştir bunların beraberinde gelişen sosyal medya ortamını şekillendiren alfalar için en maddi donanımlı nesil ifadeleri literatüre geçmiştir (McCrindle, 2023).

Tablo 3. Teknolojik Zaman

Yıllar	TEKNOLOJİK GELİŞMELER
2000	USB flash sürücüler kullanıma sunuldu, Nokia 3310 piyasaya çıktı.
2001	Wikipedia başlatıldı.
2003	MySpace başlatıldı.
2005	YouTube başlatıldı. Güneş Çatıları yapıldı.
2006	Facebook halka açıldı.
2006	Twitter başlatıldı.
2007	Dropbox kuruldu, Kindle çıktı, İlk iPhone çıktı.
2008	Tesla Roadster.
2009	Whatsapp kuruldu. Kickstarter sitesi kuruldu.
2010	iPad ve Instagram başlatıldı, Drone çıktı.
2011	Mars uzay aracı Curiosity gezegenin yüzeyine bırakıldı.
2012	Facebook'ta 1 milyar aktif kullanıcı var, MaterniT® 21 uygulaması çıktı.
2013	İnsansı Robot denemeleri başlatıldı. Biyonik göz üretildi.
2014	Google Glass başlatıldı (Sanal Gerçeklik Gözlüğü) Kâğıt Mikroskop: Foldscope üretildi.
2015	3D yazıcı temelli üretim başlatıldı. Periscope başlatıldı. Tesla/Powerball çıktı. Akıllı Ev.
2016	Tesla 3 tanıtıldı, 4.5 G başlatıldı.

Teknolojiyle birlikte alfalardaki artan dijital okuryazarlığın onları yalnızlaştıracak ve bu yalnızlıklarını da robotlarla geçirecekleri düşünülmektedir (Tarhan, 2019, Adage.com). Tarhan 2019 yılında TRT Vizyon Dergisi’ndeki röportajında alfalar için “işaret parmağını kalem sanan bir nesil” benzetmesi yapmaktadır. Tüm dijitalliği kuşanmış bu nesil için derhal övgü ve ödül almayı seven, anında reaksiyon bekleyen, aynı anda birden fazla işi yürütebilen, düzensiz beslenmesi ise sağlığını tehlikeye atan yorumlarını beraberinde getirmiştir. Berkowitz “hepsi benimciler” nesli olarak aktardığı yazısında Tarhan’a ek olarak çok hareketli, mahremiyetin öneminin yitirildiği, kurallara göre oynamayan, narsist eğilimleri bulunan, örgütlü dinlerden kaçınan bir profili ortaya koymuştur (Adage.com, 2023). Çoğu araştırmacıya göre yaşları sebebiyle gizemini hala koruyan Alfa kuşağının önümüzdeki yıllarda karakterini ortaya daha açık bir halde koyacağı düşünülmekte ve bu bilgiler ışığında günümüz 2024 yılından daha fazla araştırmanın konusu olacakları düşünülmektedir.

5. MATERYAL VE YÖNTEM

5.1. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

Bireyler sahip oldukları karakteristik özellikler, aldıkları eğitimler, bulundukları ortamlar ve kültürler sebebiyle yenilikçiliğe karşı farklı tutumlar sergileyebilmektedir (Büyükbeşe, Direkçi ve Erşahan, 2017: 225). Bununla birlikte dünyanın en izbe yerlerindeki insanların bile yerlerinin belirlenmesinde yardımcı rol alan teknoloji; yenilikçiliği bireyler için zorunlu hale getirmiştir (Kösterelioğlu ve Demir, 2014: 248). Öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin öğretmen liderliği üzerinde etkisini araştırdığı Kösterelioğlu ve Demir (2014), lider olan öğretmenin bu çalışmada ele alınan kişisel değerlerin paylaşım alt boyutuyla ilgili olarak kendine rehber edinmesi gerektiğini ve liderlik ile sorumluluğunun bu konuyla ilişkili olduğunu belirtmiştir.

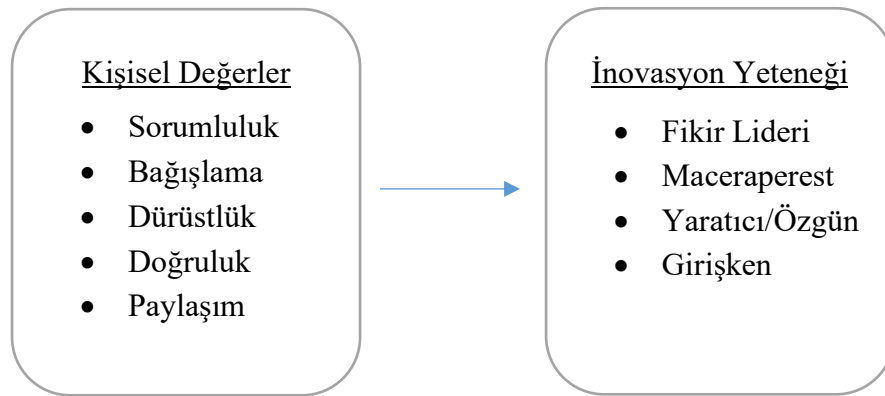
Çalışmaya katılanların liderlik algılarının en yüksek olduğu boyutun meslektaşları ile iş birliği boyutu olduğu dolayısıyla bu çalışma, paylaşım boyutunun dolaylı yoldan inovasyon yeteneği ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur.

Kendini tanıyan, duyguları ile başkalarının istek ve ihtiyaçlarına karşılık veren bireyler fikirlerini toplum önünde cesaretle dile getirebilmektedir. Duygusal ve sosyal kapasitesini kontrol edebilen üretmeye odaklı bireylerin gerek özel gerekse mesleki hayatlarında avantajlı oldukları literatürde farklı çalışmalara konu olmuştur. Motivasyon, empati, iletişim becerisi gibi bireylerin kişisel değerlerinin doğasında bulunan kavramların girişken olma durumu için ne kadar önemli olduğu Çetinkaya ve Alparslan'ın 2011 yılında “duygusal zekanın iletişim becerileri” üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışma ortaya konmuştur. Çalışmadan yola çıkarak sorumluluk sahibi kendini tanıyan bireyin hayata ve başkalarına karşı daha aktif olduklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte bireylerin risk alma becerisi, deneyimlemeye açık olmaları, yaratıcılık dereceleri gibi girişken olma eğilimlerine etki eden faktörlerin inovasyon yeteneği boyutunun alt boyutu olan girişken olma boyutunu da oluşturduğu bu çalışma için kaynak alınan Roy (2003)'un Kişisel Değerler Envanteri anketinde görülmektedir.

Literatürde kişisel değerler araştırması yapıldığında kavramı açıklayabilmek için beraberinde anılan farklı terimler ve bu terimleri bize kazandıran disiplinler mevcuttur (Gündoğan, 2007: 78). Bunlardan bazıları dini ve ahlaki değerler altında anılan adalet, insana saygı, merhamet gibi evrensel kabul edilen İslami değerlerdir (Oktay, 2007; 140).

Bulut “İDKAB Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik ve Ahlaki Olgunluk Düzeyleri Üzerine Kelam Dersinin Etkisi” ni ölçmek için yaptığı çalışmasında, kişisel değerleri açıklamada kullanılan dini değerleri, fakültelerde öğrenilmesi sağlanan kelam dersinin ahlaki olgunluk çerçevesinde öğrencilerin bireysel yenilikçilerini pozitif yönde etkilediği ve aralarında anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Bulut, 2014: 94). Bulut’a göre bireyin yenilikçiliğinin temel taşı konumunda olan dini değerlerin, kişisel değerleri de oluşturduğu bilinmektedir (Kurt, 2015: 21; Arvas, 2018: 46). Literatürde, kuşaklar üzerine birçok çalışma mevcuttur; ancak kişisel değerler ve inovasyon yeteneği kavramlarına odaklanan, yeni jenerasyon olan z kuşağının bu konudaki ilişkisini ölçen özgün bir çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, yapılacak olan bu çalışmanın, z kuşağı üzerinde gerçekleştirilecek olması, literatüre değerli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın sonuçlarına dayanarak, genç kuşaklarda inovasyon yeteneğini artırmada etkili olan kişisel değerler belirlenecek ve bu değerlerin genç kuşaklarda nasıl geliştirilebileceğine dair öneriler sunulacaktır. Bu öneriler, genç kuşakların inovasyon kapasitelerini güçlendirmeye yönelik stratejilere ışık tutabilir ve bu alandaki literatüre önemli bir katkı sağlayabilir.

Yukarıda örnek gösterilen çalışmalardan da yola çıkarak, bu çalışmada z kuşağının kişisel değerlerinin inovasyon yeteneklerini pozitif olarak etkileyebileceği varsayımı yapılmıştır. Ayrıca yürütülen bu çalışmada demografik özellikler açısından katılımcıların kişisel değerler ve inovasyon yetenekleri algılarının farklılık gösterip göstermediği de incelenmiştir. Bu amaçlar doğrultusunda aşağıdaki hipotezler ve araştırma soruları oluşturulmuştur.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Araştırmanın Hipotezleri

- H1. Kişisel değerler inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H2. Kişisel değerler fikir lideri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H3. Kişisel değerler maceraperest inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H4. Kişisel değerler yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H5. Kişisel değerler girişken inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H6. Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H6a. Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.
- H6b. Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.
- H6c. Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.
- H6d. Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.
- H7. Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H7a. Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.
- H7b. Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.
- H7c. Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.
- H7d. Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.
- H8. Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.
- H8a. Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.
- H8b. Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.
- H8c. Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.
- H8d. Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.
- H9. Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.

H9a. Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.

H9b. Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.

H9c. Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.

H9d. Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.

H10. Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.

H10a. Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.

H10b. Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.

H10c. Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.

H10d. Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.

5.2. EVREN VE ÖRNEKLEM

Çalışmada, yeni dünya düzeninin içinde doğmuş ve teknolojiyle yoğrulmuş Z kuşağı evren olarak seçilmiştir. Araştırmanın evreni, belirli bir nüfusun tamamını kapsayacak şekilde tanımlanamadığı için belirsizdir; çünkü tüm dünya üzerindeki 1995-2010 yılları arasında doğan kuşağa ulaşmak mümkün değildir. Bu belirsiz evrenden 450 anket toplanmış ve bu örneklem üzerinde analiz yapılmıştır. Örneklem yöntemi olarak kolayda örneklem seçilmiştir. Bu seçim, araştırmanın daha genel bir perspektife yayılmasını sağlamak ve örneklem seçiminde temel kural olan yansızlık ilkesini korumak amacıyla yapılmıştır.

5.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Bu araştırma nicel verilere dayalı olarak tasarlanmış ve birincil veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Araştırmada Roy (2003) tarafından geliştirilmiş ve Asan, Ekşi F., Doğan, Ekşi H. (2008) tarafından Türkçeye uyarlanmış olan Kişisel Değerler Envanteri ve Hurt

vd. (1977) tarafından geliştirilmiş ve Arpacı (2018) tarafından Türkçeye uyarlanmış olan Bireysel İnovasyon Ölçeği kullanılmıştır. 5’li Likert Ölçeği ile araştırma da kişisel değerleri belirlemeye yönelik ölçeğin seçenekleri "1, beni hiç tanımlamaz"dan; "5, beni her zaman tanımlar"a doğru derecelenmiştir. Z kuşağının bireysel inovasyon yeteneklerini belirlemeye yönelik ise "1, kesinlikle katılmıyorum" ile "5, kesinlikle katılıyorum" arasında 5’li Likert Ölçeğiyle derecelendirmiştir.

Roy (2003) tarafından geliştirilen Kişisel Değerler Envanteri’nde, kişisel değerlerin “disiplin ve sorumluluk”, “güven ve bağışlama”, “dürüstlük ve paylaşım”, “saygı ve doğruluk”, “paylaşım ve saygı” gibi 5 alt boyutu bulunmaktadır. Boyutları daha anlaşılır adlandırmaya ihtiyaç duyduğumuz için, bu çalışmada disiplin ve sorumluluk alt boyutu “sorumluluk”, güven ve bağışlama alt boyutu “bağışlama”, dürüstlük ve paylaşım alt boyutu “dürüstlük”, saygı ve doğruluk alt boyutu “doğruluk”, paylaşım ve saygı alt boyutu ise “paylaşım” adlandırmasını alarak tek kelime şeklinde anılacaklardır.

İnovasyon yeteneği için ise Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilmiş olan bireysel inovasyon ölçeği fikir lideri (opinion leader), maceraperest (willing to try), yaratıcı/özgün (creative/original) ve girişken (ambi/guities & problems) olmak üzere toplam dört alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek, bireylerin ait olduğu akran grubu içerisindeki durumunu ve ayırt edici kişilik özelliklerini belirleyen “fikir lideri” boyutu için 5, yeni fikirlere, deneyimlere ve yöntemlere yönelik tutumları belirleyen “maceraperest” boyutu için 5, yeni fikirlere, icatlara ve düşünce biçimlerine karşı olumlu tutumları belirleyen “yaratıcı/özgün” boyutu için 8 ve bireylerin belirsizlikler, çözülmemiş problemler ve cevaplanmamış sorular karşısında takındıkları tavırları belirleyen “girişken” boyutu için ise 2 olmak üzere toplam 20 maddeden oluşmaktadır.

5.4. VERİLERİN TOPLANMASI VE ANALİZİ

Araştırma süreci boyunca, etik ilkeler ve kurallara uygunluk için alınan izin ve onaylar titizlikle takip edilmiştir. Düzce Üniversitesi Lisansüstü Enstitüsü’nün etik kurallara uygunluk zorunluluğu gereği, z kuşağı için alının etik kurul çalışma izni Ekim 2022’de Enstitü tarafından onaylanmıştır. Bu, çalışmanın bilimsel bütünlüğünü ve etik standartlara uygunluğunun sağlanması için önemli bir adımdır. Veri toplama süreci ise 2022 Şubat ayında gerçekleşmiştir. Google Formlar aracılığıyla oluşturulan anketle farklı

illerde bulunan z kuşığı üyelerinden yanıtlar toplanmıştır. Araştırmada tanımlayıcı istatistikler (geçerlilik ve güvenilirlik, normal dağılım) frekans analizi, korelasyon, regresyon ve fark analizleri yapılmıştır. Veriler SPSS27 (Statistical Package for Social Sciences) paket programı ile analiz edilmiştir.



6. BULGULAR

Tablo 4. Demografik Özellikler

Değişken		Yüzde	Frekans
Cinsiyet	Kadın	62,0	279
	Erkek	38,0	171
Yaşanılan Yer	Köy ve Belde	28,2	127
	İlçe	25,8	116
	İl	46,0	207
Annenin Eğitimi	İlköğretim ve okuryazar	62,2	280
	Lise	22,9	103
	Üniversite	14,9	67
Annenin Çalışma Durumu	Çalışmıyor	59,3	267
	Özel Sektör Çalışanı	118,2	82
	Kendi İş	7,6	34
	Kamu Çalışanı	8,2	37
	Emekli	6,7	630
Babanın Eğitimi	İlköğretim ve okuryazar	46,9	211
	Lise	29,6	133
	Üniversite	23,6	106
Babanın Çalışma Durumu	Çalışmıyor	6,2	28
	Özel Sektör Çalışanı	25,8	116
	Kendi İş	25,3	114
	Kamu Çalışanı	19,3	87
	Emekli	23,3	105
Kardeş Sayısı	1 ve Yok	33,1	149
	2	23,1	104
	3	26,4	119
	4 ve üzeri	17,3	78
Kardeşler arasındaki Yaş Sırası	İlk	41,1	185
	Ortada	26,4	119
Birlikte Yaşanılanlar	Son	32,4	146
	Çekirdek Aile	80,9	364
Yaşanılanlar	Geniş Aile	1,3	511
	Yalnız	7,8	35

Tablo 4’te araştırmaya katılan z kuşağının cinsiyet, yaşanılan yer, anne eğitim ve çalışma durumu gibi çeşitli verileri görülmektedir. Kuşağın yaş aralığı araştırmada 1995-2010 baz alınması sebebiyle ayrıca alt kümeleri ayrılmayarak tabloda verisi gösterilmemektedir. Çalışmaya katılanların %62’si kadınlar oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların neredeyse

yarısı %46'lık bir oran ile illerde, %28,2 gibi bir oran ile ise köy ve beldelerde yaşamaktadır.

Kuşağın anne ve babalarının eğitim ve çalışma durumlarına bakıldığında ilköğretim eğitimi almış ve okuryazar kadınların erkeklerden daha fazla olduğu görülmektedir. Ebeveynlerin çalışma durumu tablosuna bakıldığında yüksek bir fark ile erkeklerin çalışan ebeveyni oluşturduğu kadınların ise yaklaşık %60'lık bir oran ile çalışmadıkları görülmektedir. Araştırmaya katılan kuşağın kardeş sayısı tablo verilerine göre en yüksek oran ile (26,4) 3 ve altı kardeşli bir ailede yaşadıkları, 4 ve üstü kardeşe sahip olma oranlarının 17,3 olduğu ve %41,1 oran ile kardeşlerden ilk sırada kendisinin olduğu ve çekirdek ailede yaşama oranının (80,9) diğer seçeneklere göre en yüksek olduğu ilgili tabloda verilmiştir.

Tablo 5. Tanımlayıcı İstatistikler

Değişken	Ortalama	St. Sapma	Güvenilirlik	Basıklık	Çarpıklık
Kişisel Değerler	3,65	,500	,873	-,297	-,156
Sorumluluk	2,99	,649	,867	-,087	,105
Dürüstlük	4,09	,676	,807	,502	-,793
Bağışlama	3,01	,655	,739	-,076	,136
Doğruluk	4,06	,714	,703	-,197	-,700
Paylaşım	4,08	,802	,785	,261	-,740
İnovasyon Yeteneği	3,61	,592	,763	-,275	-,104
Fikir Lideri	3,87	,778	,742	-,206	-,430
Maceraperest	4,13	,760	,808	1,393	-1,010
Yaratıcı/Özgün	3,12	,807	,793	-,201	-,168
Girişken	3,35	1,198	,767	-,759	-,323

Tablo 5'de araştırmaya katılanların değişkenlere yönelik genel algıları, ölçeğin güvenirlik değerleri ve veri setine ait normallik testi sonuçları yer almaktadır. Araştırmaya katılanların ortanın biraz üstü derecede kişisel değerlere sahip oldukları (Ort.: 3,65), inovasyon yeteneklerini ise benzer oranda orta üstü olarak değerlendirdikleri (Ort.: 3,61) görülmektedir. Kişisel değerleri oluşturan alt boyutlara bakıldığında sorumluluk (Ort.: 2,99) alt değişkeni orta dereceli iken haricinde, dürüstlük (Ort.: 4,09), bağışlama (Ort.: 3,01), doğruluk (Ort.: 4,06) ve paylaşım (Ort.: 4,08) algılarının da yüksek dereceli olduğu görülmüştür. İnovasyon yeteneği boyutunun alt boyutlarında ise ortalamalar yüksek derecede seyretmektedir. Fikir lideri 3,87, Maceraperest 4,13, Yaratıcı/Özgün 3,12 ve girişken alt boyutu ise 3,35 ortalama sahiptir.

Ölçeğe ait güvenilirlik sonuçları değerlendirildiğinde, literatür de kabul gören sınırlar içinde yer aldığı görülmektedir. Kişisel değerler, %,87 ve inovasyon yeteneği, %,76 güvenilirlik değerine sahiptir. Hair vd., (2006)’ye göre bir ölçeğin güvenilirliğinin “iyi” olarak değerlendirilebilmesi için güvenilirliğinin %70 ve üzerinde olması gerekmektedir. George ve Mallery (2010)’a göre veri setinin normal dağılım sergilemesi için basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında değer alması gerekmektedir. Bu çalışmada doğru analizleri kullanabilmek için normal dağılıma uygunluk testleri yapılmıştır ve veri setinin normal dağılım sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 6. Değişkenler Arası İlişkilere Ait Bulgular

		Sorumluluk	Dürüstlük	Bağışlama	Doğruluk	Paylaşım
	p	,000	,000	,000	,000	
Fikir Lideri	r	,060	,499**	,070	,464**	,406**
	p	,205	,000	,138	,000	,000
Maceraperest	r	,071	,573**	,075	,520**	,445**
	p	,134	,000	,114	,000	,000
Yaratıcı/Özgün	r	,100*	,139**	,141**	,298**	,005
	p	,034	,003	,003	,000	,919
Girişken	r	,076	,227**	,071	,095*	,159**

**p ≤0.01 , * . p≤0.05

Tablo 6’da verilen doğrusal korelasyon analizi sonucuna göre:

- Sorumluluk kişisel değeri ile inovasyon yeteneği alt boyutu olan maceraperest ve yaratıcı/özgün boyutları arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($p>,05$). Sorumluluk kişisel değeri ile inovasyon yeteneği alt boyutu olan fikir lideri boyutu arasında fikir lideri ve girişken boyutunda ise anlamlı, düşük dereceli pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p<,05$; $r=,060$, $r=,076$).
- Dürüstlük kişisel değeri ile inovasyon yeteneği alt boyutları olan fikir lideri ve maceraperest arasında anlamlı, orta dereceli, pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p=,000$; $r=,499$, $r=,573$). Yaratıcı/özgün ve girişken alt boyutları ile arasında ise anlamlı, düşük dereceli, pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p=,000$; $r=,139$, $p<,05$; $r=,227$).
- Bağışlama kişisel değeri ile inovasyon yeteneği alt boyutları olan maceraperest ve yaratıcı/özgün arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($p>,05$). Fikir lideri ve girişken

olma alt boyutları arasında ise anlamlı, düşük dereceli, pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p<,05$; $r=,070$, $r=,071$).

- Doğruluk kişisel değeri ile inovasyon yeteneği alt boyutları olan fikir lideri, maceraperest, yaratıcı/özgün, girişken alt boyutları arasında anlamlı, pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p=,000$; $r=,464$, $r=,520$, $r=,298$, $r=,095$). Fikir lideri ve maceraperest alt boyutları orta dereceli iken, yaratıcı/özgün ve girişken alt boyutlarında düşük dereceli bir ilişki vardır ($p<,05$).
- Paylaşım kişisel değeri ile inovasyon yeteneği alt boyutları olan fikir lideri, maceraperest ve yaratıcı/özgün alt boyutları arasında anlamlı, pozitif yönlü bir ilişki vardır ($p=,000$; $r=,406$, $r=,445$, $r=,005$). Girişken olma alt boyutu ile ise anlamlı bir ilişkisi yoktur ($p>,05$). Fikir lideri ve maceraperest alt boyutlarının orta dereceli bir ilişki görülürken yaratıcı/özgün boyutu düşük dereceli bir ilişkiye sahiptir.

Tablo 7. Kişisel Değerler ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış		Standartlaştırılmış		t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta	Katsayılar				
1 (Sabit)	1,676	,184			9,112	113,534	1	,000
Kişisel Değerler	,533	,050	,450		10,665			,000
R ² : ,202, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,672								
a. Bağımlı değişken: İnovasyon Yeteneği								

Kişisel değerler ile inovasyon yeteneği arasındaki regresyona ilişkin analiz incelendiğinde, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.202'dir. Durbin Watson değerinin 1,672 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Öztürk (2006); Tabachnick ve Fidell (2001)'e göre iki değişken arasında otokorelasyon olmaması için Durbin watson katsayısı, 1,5-2,5 aralığında olmalıdır. Beta değerine bakıldığında inovasyon yeteneğindeki %45'lik bir değişimin kişisel değerlere bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H1 “Kişisel değerler inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8. Kişisel Değerler ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	1,430	, 244		5,866	102,129	1	,000
Kişisel Değerler	,669	, 066	,431	10,106			,000
R ² : ,186, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,860							
a. Bağımlı değişken: Fikir Lideri							

Tablo 8’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir(p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.186’dır. Durbin Watson değerinin 1,860 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında fikir lideri inovasyon yeteneğindeki %43’lük bir değişimin kişisel değerlere bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H2 “Kişisel değerler fikir lideri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9. Kişisel Değerler ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	Df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	1,454	, 231		6,295	136,941	1	,000
Kişisel Değerler	, 735	, 063	, 484	11,702			,000
R ² : ,234, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,791							
a. Bağımlı değişken: Maceraperest							

Tablo 9’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.234’dır. Durbin Watson değerinin 1,791 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine maceraperest inovasyon yeteneğindeki %48’lik bir değişimin kişisel değerlere bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H3 “Kişisel değerler maceraperest inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Kişisel Değerler ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	Df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	2,021	,275		7,338	16,229	1	,000
Kişisel Değerler	,302	,075	,187	4,029			,000
R ² : ,035, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,812							
a. Bağımlı değişken: Yaratıcı/Özgün							

Tablo 10'daki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.035'dir. Durbin Watson değerinin 1,812 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğindeki %18'lik bir değişimin kişisel değerlere bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H4 “Kişisel değerler yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 11. Kişisel Değerler ile Girişken İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	Df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	1,798	,410		4,391	14,562	1	,000
Kişisel Değerler	,425	,111	,177	3,816			,000
R ² : ,031, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,766							
a. Bağımlı değişken: Girişken							

Tablo 11'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.031'dir. Durbin Watson değerinin 1,766 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında girişken inovasyon yeteneğindeki %17'lik bir değişimin kişisel değerlere bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H5 “Kişisel değerler girişken inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 12. Sorumluluk Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	Df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	3,304	,131		25,207	5,960	1	,000
Sorumluluk	,105	,043	,115	2,441			,015
R ² : ,013, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,632							
a. Bağımlı değişken: İnovasyon Yeteneği							

Tablo 12’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,015$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.013’dir. Durbin Watson değerinin 1,632 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında inovasyon yeteneğindeki %11’lik bir değişimin sorumluluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H6 “Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 13. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	3,656	,173		21,157	1,608	1	,000
Sorumluluk	,072	,057	,060	1,268			,205
R ² : ,004, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,816							
a. Bağımlı değişken: Fikir Lideri							

Tablo 13’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=,205$). Sorumluluk kişisel değeri, inovasyon yeteneği alt boyutu olan fikir lideri boyutunu etkilememektedir. Bu sonuca göre, H6a “Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 14. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	3,884	,169		23,020	2,258	1	,000
Sorumluluk	,083	,055	,071	1,503			,134
R ² : ,005, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,744							
a. Bağımlı değişken: Maceraperest							

Tablo 14'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=,134$). Sorumluluk kişisel değeri, inovasyon yeteneği alt boyutu olan maceraperest boyutunu etkilememektedir. Bu sonuca göre, H6b “Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 15. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,749	,179		15,374	4,552	1	,000
Sorumluluk	,124	,058	,100	2,127			,034
R ² : ,010, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,741							
a. Bağımlı değişken: Yaratıcı/Özgün							

Tablo 15'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,034$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.010'dir. Durbin Watson değerinin 1,741 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğindeki %10'luk bir değişimin sorumluluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H6c “Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler” alt hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 16. Sorumluluk Kişisel Değeri ile Girişkenlik İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,929	,266		11,014	2,581	1	,000
Sorumluluk	,140	,087	,076	1,607			,109
R ² : ,006, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,779							
a. Bağımlı değişken: Girişkenlik							

Tablo 16'daki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=,109$). Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneği alt boyutu olan girişkenlik boyutunu etkilememektedir. Bu sonuca göre, H6d “Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 17. Bağışlama Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	3,261	,131		24,980	7,781	1	,000
Bağışlama	,118	,042	,131	2,789			,006
R ² : ,017, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,641							
a. Bağımlı değişken: İnovasyon Yeteneği							

Tablo 17'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,006$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.017'dir. Durbin Watson değerinin 1,781 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında inovasyon yeteneğindeki %13'lük bir değişimin bağışlama kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre H7 “Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 18. Bağışlama Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	3,620	,172		21,006	7,781	1	,000
Bağışlama	,083	,056	,070	1,486			,138
R ² : ,005, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,821							
a. Bağımlı değişken: Fikir Lideri							

Tablo 18'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=,138$). Bağışlama kişisel değeri, inovasyon yeteneği alt boyutu olan fikir lideri boyutunu etkilememektedir. Bu sonuca göre, H7a “Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 19. Bağışlama Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	3,872	,168		23,000	2,505	1	,000
Bağışlama	,087	,055	,075	1,583			,114
R ² : ,006, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,749							
a. Bağımlı değişken: Maceraperest							

Tablo 19'daki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=,114$). Bağışlama kişisel değeri, inovasyon yeteneği alt boyutu olan fikir lideri boyutunu etkilememektedir. Bu sonuca göre, H7b “Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 20. Bağışlama Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış		Standartlaştırılmış	t	F	df	p
	Katsayılar		Katsayılar				
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,599	,178		14,639	2,505	1	,000
Bağışlama	,173	,058	,141	3,006			,003
R ² : ,020, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,747							
a. Bağımlı değişken: Yaratıcı/Özgün							

Tablo 20'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,003$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.020'dir. Durbin Watson değerinin 1,747 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğindeki %14'lük bir değişimin bağışlama kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre H7c “Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 21. Bağışlama Kişisel Değeri ile Girişkenlik İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış		Standartlaştırılmış	t	F	df	p
	Katsayılar		Katsayılar				
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,955	,265		11,133	2,276	1	,000
Bağışlama	,130	,086	,071	1,509			,132
R ² : ,005, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,781							
a. Bağımlı değişken: Girişkenlik							

Tablo 21'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir ($p=,132$). Bağışlama kişisel değeri, inovasyon yeteneği alt boyutu olan girişkenlik boyutunu etkilememektedir. Bu sonuca göre, H7d “Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 22. Dürüstlük Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Standartlanmamış			Standartlaştırılmış				
Katsayılar			Katsayılar				
		Std.			F	df	
Model	B	Hata	Beta	t			p
1	(Sabit)	1,791	,148		12,118	156,772	1
	Dürüstlük	,446	,036		12,521		
R ² : ,259, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,703							
a. Bağımlı değişken: İnovasyon Yeteneği							

Tablo 22'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.259'dur. Durbin Watson değerinin 1,703 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında inovasyon yeteneğindeki %50'lik bir değişimin dürüstlük kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu ve bu hipotezin alt hipotezleri olan H8a, H8b, H8c, H8d hipotezlerinin regresyon analizi sonuçlarının anlamlı bir ilişki sergilemesine karşın, H8 “Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 23. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Standartlanmamış			Standartlaştırılmış				
Katsayılar			Katsayılar			F	df
Model	B	Std. Hata	Beta	t			p
1 (Sabit)	1,524	,195		7,804	148,277	1	,000
Dürüstlük	,574	,047	,499	12,177			,000
R ² : ,249, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,831							
a. Bağımlı değişken: Fikir Lideri							

Tablo 23'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.249'dur. Durbin Watson değerinin 1,831 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında fikir liderliği inovasyon

yeteneğindeki %49'luk bir değişimin dürüstlük kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H8a “Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 24. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	1,498	,180		8,301	219,007	1	,000
Dürüstlük	,644	,044	,573	14,799			,000
R ² : ,328, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,770							
a. Bağımlı değişken: Maceraperest							

Tablo 24'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.328'dir. Durbin Watson değerinin 1,770 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında maceraperest inovasyon yeteneğindeki %57'lik bir değişimin dürüstlük kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H8b “Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 25. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	2,440	,232		10,538	8,862	1	,000
Dürüstlük	,166	,056	,139	2,977			,003
R ² : ,019, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,811							
a. Bağımlı değişken: Yaratıcı/Özgün							

Tablo 25'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,003). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.019'dur. Durbin Watson değerinin 1,811 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğindeki %13'lük bir değişimin dürüstlük kişisel değerine bağlı olarak

ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H8c “Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 26. Dürüstlük Kişisel Değeri ile Girişkenlik İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	1,703	,338		5,038	24,828	1	,000
Dürüstlük	,402	,082	,227	4,928			,000
R ² : ,051, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,775							
a. Bağımlı değişken: Girişken							

Tablo 26'daki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.051'dur. Durbin Watson değerinin 1,775 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında girişkenlik inovasyon yeteneğindeki %22'lik bir değişimin dürüstlük kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H8d “Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 27. Doğruluk Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,040	,143		14,280	125,778	1	,000
Doğruluk	,468	,035	,468	11,215			,000
R ² : ,219, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,749							
a. Bağımlı değişken: İnovasyon Yeteneği							

Tablo 27'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.219'dur. Durbin Watson değerinin 1,749 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında inovasyon yeteneğindeki %46'lık bir değişimin doğruluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı

görülmektedir. Bu sonuca göre, H9 “Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 28. Doğruluk Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	1,820	,188		9,690	122,702	1	,000
Doğruluk	,505	,046	,464	11,077			,000
R ² : ,215, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,926							
a. Bağımlı değişken: Fikir Lideri							

Tablo 28’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.215’dir. Durbin Watson değerinin 1,926 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında fikir lideri inovasyon yeteneğindeki %46’lık bir değişimin doğruluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H9a “Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 29. Doğruluk Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	1,886	,177		10,656	166,016	1	,000
Doğruluk	,553	,043	,520	12,885			,000
R ² : ,270, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,885							
a. Bağımlı değişken: Maceraperest							

Tablo 29’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.270’dir. Durbin Watson değerinin 1,885 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında maceraperest inovasyon yeteneğindeki %52’lik bir değişimin doğruluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H9b “Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt

boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler’’ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 30. Doğruluk Kişisel Değeri ile Yaratıcı/Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	1,752	,210		8,340	43,731	1	,000
Doğruluk	,337	,051	,298	6,613			,000
R ² : ,089, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,865							
a. Bağımlı değişken: Yaratıcı/Özgün							

Tablo 30’daki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.089’dur. Durbin Watson değerinin 1,865 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğindeki %29’luk bir değişimin doğruluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H9c “Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler’’ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 31. Doğruluk Kişisel Değeri ile Girişken İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		F	df	p
	B	Std. Hata	Beta	t			
1 (Sabit)	2,700	,325		8,302	43,731	1	,000
Doğruluk	,159	,079	,095	2,019			,044
R ² : ,009, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,782							
a. Bağımlı değişken: Girişken							

Tablo 31’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,044$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.009’dur. Durbin Watson değerinin 1,782 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında girişkenlik inovasyon yeteneğindeki %,095’lik bir değişimin doğruluk kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H9d “Doğruluk kişisel değeri inovasyon

yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler’’ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 32. Paylaşım Kişisel Değeri ile İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata					
1 (Sabit)	2,539	,136		18,726	65,658	1	,000
Paylaşım	,264	,033	,358	8,103			,000
R ² : ,128, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,598							
a. Bağımlı değişken: İnovasyon Yeteneği							

Tablo 32’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.128’dir. Durbin Watson değerinin 1,598 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında inovasyon yeteneğindeki %35’lik bir değişimin paylaşım kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H10 “Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler’’ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 33. Paylaşım Kişisel Değeri ile Fikir Lideri İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata					
1 (Sabit)	2,266	,174		13,015	88,192	1	,000
Paylaşım	,393	,042	,406	9,391			,000
R ² : ,164, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,788							
a. Bağımlı değişken: Fikir Lideri							

Tablo 33’deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir ($p=,000$). Modelin genel açıklayıcılığı (R^2) 0.164’dır. Durbin Watson değerinin 1,788 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında fikir lideri inovasyon yeteneğindeki %40’lık bir değişimin paylaşım kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H10a “Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler’’ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 34. Paylaşım Kişisel Değeri ile Maceraperest İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,410	,167		14,463	110,926	1	,000
Paylaşım	422	,040	,445	10,532			,000
R ² : ,198, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,673							
a. Bağımlı değişken: Maceraperest							

Tablo 34'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.198'dir. Durbin Watson değerinin 1,673 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında maceraperest inovasyon yeteneğindeki %44'lük bir değişimin paylaşım kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H10b "Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 35. Paylaşım Kişisel Değeri ile Yaratıcı/ Özgün İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	3,101	,198		15,684	,010	1	,000
Paylaşım	,005	,048	,005	,101			,919
R ² : ,000, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,741							
a. Bağımlı değişken: Yaratıcı/Özgün							

Tablo 35'deki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olmadığı görülmektedir (p=,919). Paylaşım kişisel değeri, inovasyon yeteneği alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı etkilememektedir. Bu sonuca göre, H10c "Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler" hipotezi red edilmiştir.

Tablo 36. Paylaşım Kişisel Değeri ile Girişken İnovasyon Yeteneği Arasındaki Regresyon Analizi

Model	Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	F	df	p
	B	Std. Hata	Beta				
1 (Sabit)	2,380	,290		8,215	11,560	1	,000
Paylaşım	,237	,070	,159	3,400			,000
R ² : ,025, VIF: 1, Tolerans: 1, Durbin watson: 1,754							
a. Bağımlı değişken: Girişken							

Tablo 36'daki regresyon analizi sonucuna göre, iki değişken arasındaki regresyon modelinin anlamlı olduğu görülmektedir (p=,000). Modelin genel açıklayıcılığı (R²) 0.025'dir. Durbin Watson değerinin 1,754 olması neticesinde değişkenler arasında oto korelasyon olmadığı da görülmüştür. Beta değerine bakıldığında girişken inovasyon yeteneğindeki %15'lik bir değişimin paylaşım kişisel değerine bağlı olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu sonuca göre, H10d "Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler" hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 37. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Cinsiyet Açısından Farklılığı

Değişken (Cinsiyet)	Ortalama		T	Df	Anlamlılık (sig.)
	Kadın	Erkek			
Kişisel Değerler	3,66	3,62	,760	385,372	,447
Sorumluluk	2,96	3,04	1,364	395,883	,173
Dürüstlük	4,12	4,04	1,338	355,410	,182
Bağışlama	2,97	3,07	-1,479	399,763	,140
Doğruluk	4,14	3,93	3,019	347,064	,003
Paylaşım	4,10	4,05	,735	368,203	,463
İnovasyon Yeteneği	3,58	3,68	-1,800	363,296	,073
Fikir Lideri	3,87	3,87	-,059	362,739	,953
Maceraperest	4,13	4,14	-,234	361,280	,815
Yaratıcı/Özgün	3,17	3,03	1,723	318,177	,086
Girişken	3,15	3,68	-4,870	408,535	,000

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin cinsiyet açısından farklılığı test etmek için yapılan bağımsız grup t-testi sonuçlarına göre kişisel değerlerin alt boyutu olan doğruluk boyutu (p=,003) ve inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenlik boyutu (p=,000) dışında hiçbir boyutta cinsiyet açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Kişisel değerlerin alt boyutu olan doğruluk boyutu algıları ortalamaları kadınlarda yüksek iken inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenlik boyutu algısı ortalamaları erkeklerde

yüksektir. Bu sonuçlara bağlı olarak iki boyutta kadın ve erkeklerin birbirlerinden farklı düşündükleri ortaya çıkmıştır. Erkek ve kadınların kişisel değerler algısı hemen hemen eşit iken erkeklerin inovasyon yetenekleri algısı kadınlardan yüksektir.

Tablo 38. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Yaşanılan Yer Açısından Farklılığı

	Değişken	Kişi Sayısı	df	Ort.	F	Sig.	Tukey Test (Farkın kaynağı)
Kişisel Değerler	Köy ve Belde	127	2	3,61	,517	,596	
	İlçe	116	447	3,67			
	İl	127	449	3,65			
Sorumluluk	Köy ve Belde	127	2	2,98	,595	,552	
	İlçe	116	447	3,04			
	İl	207	449	2,96			
Dürüstlük	Köy ve Belde	127	2	4,05	,303	,739	
	İlçe	116	447	4,12			
	İl	207	449	4,10			
Bağışlama	Köy ve Belde	127	2	2,99	,461	,631	
	İlçe	116	447	3,06			
	İl	207	449	3,00			
Doğruluk	Köy ve Belde	127	2	3,93	3,438	,033	1<2,3
	İlçe	116	447	4,04			
	İl	207	449	4,14			
Paylaşım	Köy ve Belde	127	2	4,10	,121	,886	
	İlçe	116	447	4,10			
	İl	207	449	4,06			
İnovasyon Yeteneği	Köy ve Belde	127	2	3,51	2,774	,063	
	İlçe	116	447	3,64			
	İl	207	449	3,67			
Fikir Lideri	Köy ve Belde	127	2	3,67	6,151	,002	1<2,3
	İlçe	116	447	3,92			
	İl	207	449	3,97			
Maceraperest	Köy ve Belde	127	2	4,00	2,631	,073	
	İlçe	116	447	4,18			
	İl	207	449	4,19			
Yaratıcı/Özgün	Köy ve Belde	127	2	3,02	2,594	,076	
	İlçe	116	447	3,07			
	İl	207	449	3,21			
Girişken	Köy ve Belde	127	2	3,37	,231	,794	
	İlçe	116	447	3,40			
	İl	207	449	3,31			

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin yaşanılan yer açısından farklılığı test etmek için yapılan anova testinin sonucuna göre kişisel değerlerin alt boyutu olan doğruluk boyutu ($p=,033$) ve inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir lideri boyutu ($p=,002$)

dışında hiçbir boyutta yaşananlar yer açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Anova testindeki farklılığın kaynağını ölçmek için yapılan Tukey testine göre kişisel değerlerin alt boyutu olan doğruluk boyutu ve fikir liderliği boyutunda köy ve beldelelerde yaşayanların eğilimleri diğer gruplardan daha düşüktür.

Tablo 39. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Anne Eğitimi Açısından Farklılığı

	Değişken	Kişi Sayısı	df	Ort.	F	Sig.	Tukey Test (Farkın kaynağı)
Kişisel Değerler	İlköğretim	280	2	3,70	4,457	,012	1>2,3
	ve okuryazar						
	Lise	103	447	3,54			
Sorumluluk	Üniversite	67	449	3,59			
	İlköğretim	280	2	2,97	,230	,794	
	ve okuryazar						
Dürüstlük	Lise	103	447	3,02			
	Üniversite	67	449	3,01			
	İlköğretim	280	2	4,20	10,68 9	,000	1>2,3
Bağıslama	ve okuryazar						
	Lise	103	447	3,90			
	Üniversite	67	449	3,91			
Doğruluk	İlköğretim	280	2	2,99	,238	,788	
	ve okuryazar						
	Lise	103	447	3,04			
Paylaşım	Üniversite	67	449	3,03			
	İlköğretim	280	2	4,16	7,055	,001	1>2,3
	ve okuryazar						
İnovasyon Yeteneği	Lise	103	447	3,89			
	Üniversite	67	449	3,91			
	İlköğretim	280	2	4,17	6,766	,001	1>2,3
	ve okuryazar						
	Lise	103	447	3,83			
	Üniversite	67	449	4,10			
	İlköğretim	280	2	3,64	1,258	,285	
	ve okuryazar						
	Lise	103	447	3,62			

Tablo 39 (Devamı). Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Anne Eğitimi Açısından

		Farklılığı				
Fikir Lideri	Üniversite	67	449	3,51		
	İlköğretim	280	2	3,89	,969	,380
	ve okuryazar					
Maceraperest	Lise	103	447	3,78		
	Üniversite	67	449	3,91		
	İlköğretim	280	2	4,18	1,622	,199
	ve okuryazar					
Yaratıcı/ Özgün	Lise	103	447	4,08		
	Üniversite	67	449	4,01		
	İlköğretim	280	2	3,14	,564	,569
	ve okuryazar					
Girişken	Lise	103	447	3,12		
	Üniversite	67	449	3,03		
	İlköğretim	280	2	3,35	2,173	,115
	ve okuryazar					
	Lise	103	447	3,50		
	Üniversite	67	449	3,10		

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin anne eğitim durumu açısından farklılığı test etmek için yapılan anova testinin sonucuna göre kişisel değerler ana boyutu ($p=,012$) ve alt boyutları olan dürüstlük ($p=,000$), doğruluk ($p=,001$), paylaşım ($p=,001$) dışında hiçbir boyutta anne eğitim durumu açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Anova testindeki anne eğitim durumu farklılıklarının kaynağını ölçek için yapılan Tukey testine göre kişisel değerler, alt boyutları olan dürüstlük, doğruluk, paylaşım boyutları için diğer iki değişkene göre ilköğretim ve okuryazar ortalamaları diğer gruplardan daha yüksektir.

Tablo 40. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Baba Eğitimi Açısından Farklılığı

							Tukey Test (Farkın kaynağı)
	Değişken	Kişi Sayısı	df	Ort.	F	Sig.	
Kişisel Değerler	İlköğretim ve okuryazar	211	2	3,69	2,902	,056	
	Lise	133	447	3,56			
	Üniversite	106	449	3,65			

Tablo 40 (Devamı). Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Baba Eğitimi Açısından

Farklılığı

Sorumluluk	İlköğretim ve okuryazar		2	2,97	,560	,571	
	Lise		447	2,97			
	Üniversite		449	3,05			
Dürüstlük	İlköğretim ve okuryazar	211	2	4,19	4,236	,015	1>2,3
	Lise	133	447	3,99			
	Üniversite	106	449	4,03			
Bağışlama	İlköğretim ve okuryazar	211	2	2,99	,729	,483	
	Lise	133	447	2,99			
	Üniversite	106	449	3,08			
Doğruluk	İlköğretim ve okuryazar	211	2	4,15	3,612	,028	1>2,3
	Lise	133	447	3,94			
	Üniversite	106	449	4,02			
Paylaşım	İlköğretim ve okuryazar	211	2	4,17	4,050	,018	1>2,3
	Lise	133	447	3,92			
	Üniversite	106	449	4,10			
İnovasyon Yeteneği	İlköğretim ve okuryazar	211	2	3,63	,590	,555	
	Lise	133	447	3,57			
	Üniversite	106	449	3,64			
Fikir Lideri	İlköğretim ve okuryazar	211	2	3,87	,399	,672	
	Lise	133	447	3,83			
	Üniversite	106	449	3,92			
Maceraperest	İlköğretim ve okuryazar	211	2	4,19	1,105	,332	
	Lise	133	447	4,08			
	Üniversite	106	449	4,08			
Yaratıcı/Özgün	İlköğretim ve okuryazar	211	2	3,11	2,680	,070	
	Lise	133	447	3,02			
	Üniversite	106	449	3,26			
Girişken	İlköğretim ve okuryazar	211	2	3,36	,061	,940	
	Lise	133	447	3,35			
	Üniversite	106	449	3,31			

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin baba eğitim durumu açısından farklılığı test etmek için yapılan anova testinin sonucuna göre Kişisel değerler alt boyutları olan dürüstlük ($p=,015$), doğruluk ($p=,028$) ve paylaşım ($p=,018$) dışında hiçbir boyutta baba eğitim durumu açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Anova testindeki baba eğitim durumu farklılıklarının kaynağını ölçmek için yapılan Tukey testine göre kişisel değerlerin alt boyutları olan dürüstlük, doğruluk, paylaşım boyutları için ilköğretim ve okuryazar ortalamaları diğer gruplardan daha yüksektir.

Tablo 41. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Kardeş Sayısı Açısından Farklılığı

							Tukey Test
	Değişken	Kişi Sayısı	df	Ort.	F	Sig.	(Farkın kaynağı)
Kişisel Değerler	1 ve yok	149	3	3,74	8,932	,000	1>2,3,4
	2	104	446	3,70			
	3	119	449	3,45			
	4 ve üstü	78		3,70			
Sorumluluk	1 ve yok	149	3	3,11	4,524	,004	1>2,3,4
	2	104	446	3,04			
	3	119	449	2,83			
	4 ve üstü	78		2,92			
Dürüstlük	1 ve yok	149	3	4,12	4,277	,005	2>1,3,4
	2	104	446	4,17			
	3	119	449	2,83			
	4 ve üstü	78		2,92			
Bağışlama	1 ve yok	149	3	3,14	5,437	,001	1>2,3,4
	2	104	446	3,05			
	3	119	449	2,83			
	4 ve üstü	78		2,96			
Doğruluk	1 ve yok	149	3	4,16	4,352	,005	1>2,3,4
	2	104	446	4,07			
	3	119	449	3,87			
	4 ve üstü	78		4,14			
Paylaşım	1 ve yok	149	3	4,16	7,253	,000	4>1,2,3
	2	104	446	4,14			
	3	119	449	3,80			
	4 ve üstü	78		4,28			
İnovasyon Yeteneği	1 ve yok	149	3	3,73	3,175	,024	1>2,3,4
	2	104	446	3,56			
	3	119	449	3,52			
	4 ve üstü	78		3,63			
Fikir Lideri	1 ve yok	149	3	4,04	3,621	,013	1>2,3,4
	2	104	446	3,81			
	3	119	449	3,75			
	4 ve üstü	78		3,81			
Maceraperest	1 ve yok	149	3	4,22	3,470	,016	1=2>3,4
	2	104	446	4,22			

Tablo 41 (Devamı). Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Kardeş Sayısı

Açısından Farklılığı						
Yaratıcı/ Özgün	3	119	449	3,95	2,341	,073
	4 ve üstü	78		4,13		
	1 ve yok	149	3	3,25		
	2	104	446	3,00		
	3	119	449	3,07		
Girişken	4 ve üstü	78		3,11	,799	,495
	1 ve yok	149	3	3,40		
	2	104	446	3,22		
	3	119	449	3,31		
	4 ve üstü	78		3,47		

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin kardeş sayısı açısından farklılığı ölçek için yapılan anova testinde kişisel değerlerin ana ve alt boyutlarının; inovasyon yeteneği ve yaratıcı/özgün, girişken olma alt boyutları dışındaki boyutlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. İnovasyon yeteneğinin diğer alt boyutlarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Anova testindeki kardeş sayısı değişkeni farklılıklarının kaynağını ölçek için yapılan Tukey testine göre kişisel değerlerin ana değişkeni alt boyutları olan sorumluluk, bağışlama, doğruluk boyutları için bir ve kardeş yok algılarının ortalaması diğer üç seçeneğe göre yüksektir. Dürüstlük boyutu için 2 kardeşe sahip olma ortalaması yüksek iken paylaşım alt boyutu için 4 ve üstü kardeşe sahip olma ortalamaları daha yüksektir. İnovasyon yeteneği ana değişkeni ve alt boyutları olan fikir lideri, maceraperest boyutlarının da 1 ve kardeş yok ortalamaları diğer gruplara göre yüksektir.

Tablo 42. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Kardeş Yaş Sırası Açısından Farklılığı

Tukey Test						
	Değişken	Kişi Sayısı	df	Ort.	F	Sig. (Farkın kaynağı)
Kişisel Değerler	İlk	185	2	3,70	2,165	,116
	Ortanca	119	447	3,57		
	Son	146	449	3,64		
Sorumluluk	İlk	185	2	3,02	,311	,733
	Ortanca	119	447	2,97		
	Son	146	449	2,96		
Dürüstlük	İlk	185	2	4,17	2,562	,078
	Ortanca	119	447	3,99		
	Son	146	449	4,07		
Bağışlama	İlk	185	2	3,04	,458	,633
	Ortanca	119	447	3,00		
	Son	146	449	2,97		
Doğruluk	İlk	185	2	4,16	3,495	,031
	Ortanca	119	447	3,94		
	Son	146	449	4,03		
Paylaşım	İlk	185	2	4,10	1,766	,172
	Ortanca	119	447	3,97		
	Son	146	449	4,15		

Tablo 42 (Devamı). Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Kardeş Yaş Sırası

Açısından Farklılığı							
İnovasyon Yeteneği	İlk	185	2	3,69	2,691	,069	
	Ortanca	119	447	3,57			
	Son	146	449	3,56			
Fikir Lideri	İlk	185	2	4,01	5,114	,006	1>2,3
	Ortanca	119	447	3,76			
	Son	146	449	3,78			
Maceraperest	İlk	185	2	4,24	3,508	,031	1>2,3
	Ortanca	119	447	4,02			
	Son	146	449	4,09			
Yaratıcı/Özgün	İlk	185	2	3,17	,610	,544	
	Ortanca	119	447	3,07			
	Son	146	449	3,10			
Girişken	İlk	185	2	3,36	,822	,440	
	Ortanca	119	447	3,44			
	Son	146	449	3,25			

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin kardeş yaş sırası açısından farklılığı ölçmek için yapılan anova testi sonuçlarına göre kişisel değerlerin alt boyutu olan doğruluk (,031) boyutu ve inovasyon yeteneğinin alt boyutları olan fikir lideri (,006), maceraperest (,031) boyutlarında anlamlı farklılık görülmüştür. Diğer boyutlarda anlamlı farklılık görülmemiştir. Anova testindeki kardeş sırası değişkeni farklılıklarının kaynağını ölçmek için yapılan Tukey testine göre kişisel değerlerin alt boyutu olan doğruluk ve inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir lideri, maceraperest boyutları için diğer gruplara göre ilk çocuk olma ortalamaları yüksektir.

Tablo 43. Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Birlikte Yaşanılan Kişiler

Açısından Farklılığı						
	Değişken	Kişi Sayısı	df	Ort.	F	Sig.
Kişisel Değerler	Yalnız	35	2	3,54	1,506	,223
	Çekirdek Aile	51	447	3,66		
	Geniş Aile	364	449	3,58		
Sorumluluk	Yalnız	35	2	2,95	,225	,799
	Çekirdek Aile	51	447	2,99		
	Geniş Aile	364	449	3,04		
Dürüstlük	Yalnız	35	2	3,87	3,793	,023
	Çekirdek Aile	51	447	4,13		
	Geniş Aile	364	449	3,94		
Bağışlama	Yalnız	35	2	2,95	,244	,783
	Çekirdek Aile	51	447	3,01		
	Geniş Aile	364	449	3,05		
Doğruluk	Yalnız	35	2	3,87	4,614	,010
	Çekirdek Aile	51	447	4,11		
	Geniş Aile	364	449	3,84		
Paylaşım	Yalnız	35	2	4,06	,156	,855
	Çekirdek Aile	51	447	4,09		

Tablo 43 (Devamı). Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneğinin Birlikte Yaşanılan Kişiler Açısından Farklılığı

	Geniş Aile	364	449	4,02		
İnovasyon	Yalnız	35	2	3,63	,832	,436
Yeteneği	Çekirdek Aile	51	447	3,63		
	Geniş Aile	364	449	3,52		
Fikir Lideri	Yalnız	35	2	3,95	,648	,523
	Çekirdek Aile	51	447	3,88		
	Geniş Aile	364	449	3,77		
Maceraperest	Yalnız	35	2	4,09	1,619	,199
	Çekirdek Aile	51	447	4,16		
	Geniş Aile	364	449	3,96		
Yaratıcı/	Yalnız	35	2	2,98	2,321	,099
Özgün	Çekirdek Aile	51	447	3,16		
	Geniş Aile	364	449	2,93		
Girişken	Yalnız	35	2	3,50	,404	,668
	Çekirdek Aile	51	447	3,32		
	Geniş Aile	364	449	3,40		

Kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin birlikte yaşanılan kişiler açısından farklılığı test etmek için yapılan anova testinin sonucuna göre boyutların hiçbirinde anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 44. Hipotezlerin Kabul ve Red Durumu

HİPOTEZLER	KABUL	RED
H1: Kişisel değerler inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H2: Kişisel değerler fikir lideri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H3: Kişisel değerler maceraperest inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H4: Kişisel değerler yaratıcı/özgün inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H5: Kişisel değerler girişken inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H6: Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H6a: Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.		✓
H6b: Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.		✓
H6c: Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.	✓	
H6d: Sorumluluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.		✓
H7: Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H7a: Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.		✓
H7b: Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.		✓

Tablo 44 (Devamı). Hipotezlerin Kabul ve Red Durumu

H7c: Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.	✓	
H7d: Bağışlama kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.		✓
H8: Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H8a: Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.	✓	
H8b: Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.	✓	
H8c: Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.	✓	
H8d: Dürüstlük kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.	✓	
H9: Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H9a: Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.	✓	
H9b: Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği pozitif etkiler.	✓	
H9c: Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.	✓	
H9d: Doğruluk kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.	✓	
H10: Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğini pozitif etkiler.	✓	
H10a: Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan fikir liderliğini pozitif etkiler.	✓	
H10b: Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan maceraperestliği etkiler.	✓	
H10c: Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcı/özgün olmayı pozitif etkiler.		✓
H10d: Paylaşım kişisel değeri inovasyon yeteneğinin alt boyutu olan girişkenliği pozitif etkiler.	✓	

7. SONUÇ VE TARTIŞMA

Gelişen teknoloji ve değişen müşteri beklentileriyle şekillenen iş dünyasında, kişisel değerler ve inovasyon yeteneğinin etkileşimi, kuşkusuz, çağımızın iş ortamlarını dönüştürme potansiyeli taşıyan hayati bir öneme sahiptir. İnovasyon yeteneği, organizasyonların sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği için kritik bir faktörken inovasyonun, sadece teknoloji sektöründe değil, tüm sektörlerde uygulanabilir olması, bu yeteneğin evrensel bir öneme sahip olduğunu göstermektedir. Diğer yandan kişisel değerler, bireylerin işlerine ve organizasyonlarına bakış açılarını şekillendirerek kişisel bağlılıklarını, motivasyonlarını ve davranışlarını etkiler. Bu nedenle, kişisel değerler, işletmelerin çalışanlarını anlamaları ve motive etmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir. Z kuşağı, iş dünyasının bugününü ve geleceğini şekillendiren kendinden sonra gelen alfa kuşağına göre nispeten yeni bir nesildir. Teknolojiyle büyüyen ve sürekli gelişen bir dünyada yetişen z kuşağı, organizasyonlar için benzersiz bakış açılarına sahiptir. İnovasyon yeteneği ile kişisel değerler arasındaki ilişkiyi anlamak, z kuşağı gibi yeni nesillerin organizasyonlar üzerindeki etkisini daha iyi anlamamıza yardımcı olacaktır. İnovasyon yeteneği, organizasyonların başarısı için belirleyici bir faktör olması sebebiyle yeni fikirleri hayata geçirebilme kabiliyetini temsil ederken, kişisel değerler ise çalışanların iş performanslarını, başarıya olan inançlarını etkileyebilmektedir. İnovasyon yeteneği ile kişisel değerler arasındaki denge, çalışanların hem yaratıcı olmalarına hem de organizasyonları için sorumluluk alarak inovasyon kültürünün gelişmesine destek olabilir. Bu da organizasyonların daha rekabetçi olmalarına ve sürdürülebilir bir başarı elde etmelerine katkı sağlayabilir. Z kuşağının bu dengeye etkisi, özellikle teknolojiye olan hakimiyeti ve farklı değerleri nedeniyle önemlidir. Z kuşağı, geleneksel iş değerlerini sorgulayan örneğin esnek çalışma koşullarını tercih eden bir nesildir. Buradan hareketle, inovasyon yeteneği ile kişisel değerler arasındaki ilişkiyi anlamak, organizasyonların bu yeni nesil çalışanlarını daha iyi anlamalarına ve motive etmelerine gelecekteki iş dünyasının gereksinimlerine uyum sağlamalarına yardımcı olacaktır.

Araştırmanın bulguları, z kuşağı bireylerinin inovasyon yeteneğini oluştururken kişisel değerlerinin oynadığı önemli rolü regresyon analizlerinin sonucunda ortaya çıkan pozitif ilişkiler ile açıkça göz önüne sermektedir. Bu çalışmanın katılımcıları olan z kuşağının sorumluluk, bağışlama, dürüstlük, doğruluk ve paylaşım gibi kişisel değerlerinin inovasyon yeteneklerini pozitif etkilediği sonucu, Beytekin ve Çiğdem'in (2020)

Lisansüstü öğrencileri üzerinde araştırdıkları inovasyon profillerinin liderlik perspektifinden değerlendirilmesi çalışmasındaki sonucu destekler niteliktedir. Lisansüstü eğitim gören öğrenciler, inovatif fikirlere temkinli bir yaklaşım sergilerken, fikir liderliği inovasyon yetenekleri sayesinde eleştirel bir bakış açısıyla yeniliklere öncü olma eğilimindedir. Dürüstlük, doğruluk ve paylaşım değerlerinin fikir liderliği ile olan pozitif ilişkisi, bu değerleri benimseyen lider figürlerin güvenilir, etkili iletişim kurabilen, iş birliği odaklı ve ortak değerlere uyum sağlayabilen bireyler olma eğiliminde olduğunu yansıtmaktadır. Bu çalışmanın, sorumluluk ve bağışlama değerleri ile fikir liderliği arasındaki ilişkisizlik, bu değerlerin liderlik etkisini belirlemede tek başına yeterli olmadığını veya diğer faktörlerin etkisi altında olduğunu göstermektedir. Fikir liderliği, bir kişinin liderlik tarzını ifade eder. Liderlik tarzları kişisel özelliklere, geçmiş deneyimlere ve bireylerin değer sistemine dayalı olarak şekillenebilir. Bununla beraber sorumluluk ve bağışlama gibi değerlerin katılımcılar tarafından nasıl algılandığı da önemlidir. İnovasyon süreçlerinde etkili olan paylaşım ve fikir liderliği arasındaki ilişki ise orta düzeyde bir ilişki göstermektedir. İletişimi olmazsa olmazları kabul eden, Beytekin ve Çiğdem'in (2020) deney grubu, içinde bulundukları ekosistemin fikirlerini paylaşma ve başkalarını etkileme becerisi olarakta anılan bu araştırmanın alt boyutları olan paylaşım kişisel değeri ve fikir liderliği inovasyon yeteneği arasındaki ilişkiyi de güçlendiren bir done olabilir. İnovasyon süreçlerinde yeni fikirlerin oluşturulmasına ve bu fikirlerin organizasyon içinde yayılmasına yardımcı bu alt iki boyutun ilişkilerinin bu araştırma nezdinde orta dereceli bir ilişki sergilediği analiz sonuçlarında yer verilmiştir.

Bir diğer çalışma olan Parlar ve Cansoy'un (2016) öğretmen adaylarının kişisel değerleri ile öğretmenlik mesleğine yönelik tutumlarını incelediği araştırma, öğretmenlerin kişisel değerleri ile meslekleri arasındaki bağlantıyı vurgular. Öğretmenler, toplum liderleri olarak tanımlanabilir, çünkü öğrencilerin değerlerini etkileyen önemli rol modelleridir. Araştırma, öğretmenlerin kişisel değerleri ile disiplin ve sorumluluk boyutlarında en yüksek ilişkiyi sergilediğini göstermektedir. Bu, öğretmenlerin öğrencilere örnek oluşturarak erdemli davranışları teşvik ettiklerini ve kişisel değerlerin oluşumuna katkıda bulunduklarını gösterir. Ancak bu araştırmanın analiz sonucu göre her ne kadar sorumluluk kişisel değeri ile fikir liderliği arasında herhangi bir ilişkinin bulunmadığı çıktısını verse de, Parlar ve Cansoy'un araştırmasındaki sonuçlar ilişkili olduğuna dair belirgin bir örnektir.

Başol, Bilge, Kuzgun (2012) Kırklareli Üniversitesi, Lüleburgaz Meslek Yüksek Okulu'nda sosyal ve teknik programlarda öğrenim gören öğrencilerin kariyer değerlerini etkileyen, kişisel değerlerini ön plana çıkardıkları araştırmalarında öğrencilerin hoşgörölü, açık fikirli ve erdemli olmaya daha fazla önem verdiklerine değinmiş ve bu araştırmanın kişisel değerleri olan dürüstlük, doğruluk gibi boyutlarının erdemli olmaya önem veren bireyler için önemli olması sebebiyle dolaylı yönden bu çalışmayı destekler nitelikte olduğu görölmüştür. Araştırma aynı zamanda girişimciliğı ve inovasyon yeteneğini etkileyen faktörleri de ele almıştır. Buna göre, bireysellik ve başarı odaklı değerler, öğrencilerin inovasyon yeteneklerini olumlu bir şekilde etkilemektedir. Bu da, öğrencilerin yenilikçi fikirler geliştirme ve sıra dışı projelere öncölük etme konusundaki maceraperestliklerini yansıtmaktadır. Bu çalışmanın maceraperest inovasyon yeteneğı, insanların risk almaya ve yeni deneyimlere açık olma eğilimlerini yansıtır. Bu durum, inovasyon süreçlerinde kreatif ve riskli fikirlerin geliştirilmesine olanak sağlayan kişisel değerlerin inovasyon yetenekleri üzerindeki etkisini anlamak için harika bir örnektir. Araştırma bulguları doğruluk ve dürüstlük gibi erdemli olmayı içeren değerler ile girişkenlik ve maceraperestlik inovasyon yetenekleri arasındaki çıkan pozitif ilişkiyle örtüşmektedir.

Girişkenlik inovasyon yeteneğı için analiz sonuçları paylaşım, doğruluk ve dürüstlük kişisel değeri ile pozitif ilişkili olduğu, sorumluluk ve bağışlama bireysel değerleri ile ise ilişkinin olmadığını da göstermiştir. Bu durumu anlamak için katılımcılara daha fazla soru yönelterek derinlemesine analizinin yapılması, farklı metodolojilerin kullanılması veya belirli alt gruplara odaklanması faydalı olabilir. Girişkenlik inovasyon yeteneğı nezdinde kişisel değerlerin beş alt boyutundan ikisi ile ilişkisinin bulunmaması sebebiyle bireylerin, sorumluluk, bağışlama gibi değerlere verdikleri önceliklerin farkları bir başka araştırmanın konusu olabilir. Çalışmanın yapıldığı kültürel ve organizasyonel bağlam, bireylerin değerlerini nasıl şekillendirdiğı ve ifade ettiğı konusunda etkili olabileceğinden farklı kültürlerde veya organizasyonlarda, aynı değerlerin farklı anlamları sorgulanabilir. Bu nedenlerden bir veya birkaçının rol oynayabileceğı durumları düşünmek veya farklı bir araştırma tasarımı yapmak, bu ilişkisizliklerin anlamını daha iyi kavramanıza yardımcı olabilir.

Bodur'un (2018) çalışması, hemşirelik öğrencilerinin orta düzeyde yenilikçi olduklarını gösterirken, aynı zamanda yaratıcı-özgün olma inovasyon yeteneğı ile ilişkilendirilen

sorgulayıcılık ve fikir liderliği inovasyon yeteneğine sahip birey profilinin benzer özelliklere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Yenilikçilik konusunda yeterli bilgiye sahip olmayan öğrenciler, girişkenlikte orta düzeyde olup girişimciliğe açık olduklarını göstermiştir. Bodur'un sonuçları, girişkenlik inovasyon yeteneğinin arttıkça yenilik düzeylerinin de arttığını ortaya koymakta ve bu nedenle bu alt boyutun araştırmada önemli bir seçenek olduğunu göstermektedir. Aynı çalışmada "yöneticilik" kariyer değeri vurgulanmıştır. Yönetici olmak isteyen öğrencilerin, bireysel hedeflerini ve toplumsal normlar altında başarılı birer birey olarak anılmayı hedefledikleri görülmüştür. Başarı, azim, kararlılık, emek, zaman, öğrenmeye açıklık, risk alma cesareti ve inisiyatif almayı beraberinde getirir. Bu durum, yöneticilik kavramının içerdiği kişisel değerlerle araştırmanın değerlerinin benzer olduğunu gösterir (Çetin, 2008; Öztürk, 2005: 67). Fikir liderliği, maceraperestlik, girişkenlik ve diğer alt boyutları bünyesinde barındıran liderlik ve yöneticilik vasıfları bu araştırmada analiz edilen fikir liderliği, maceraperestlik, yaratıcı-özgün ve girişken olma inovasyon yeteneklerini pozitif yönde etkilediği hipotezini destekler niteliktedir.

İnovasyon sıklıkla mevcut normlardan sapma ve yeni çözüm yollarının aranması anlamına gelir, bu da inovasyon yeteneklerinden yaratıcı-özgün olma alt boyutu ile ilişkilendirilebilir. Nebi Özdemir (2018: 26) "Geleneksel Bilgi ve Kültür Ekonomisi" makalesinde kültürün geçmişten günümüze anlam, çekicilik, zenginlik, özgünlük ve yaratıcılık kaynağı olarak değer üretmeye devam ettiğini ortaya koymaktadır. Geleneksel bilgi belleği ve kültür, sadece geçmişin bir mirası olmanın ötesinde, bugün de yaşayan bir hazine olarak kabul edilmektedir. Bu noktada, kültürel mirasın sürdürülebilir kalkınma ve refahın temel kaynağı haline gelmesi, kültür ve değerler arasındaki derin bağlantıyı göstermektedir (Özdemir, 2018: 13-17). Kültür, bireylerin kişisel değerlerinin önemli bir şekillendiricisi ve yaratıcılık özgünlük kaynağıdır. İnsanlar, kültürleri içinde büyüdüğü, yaşadıkları ve etkileşimde bulundukları sürece, kişisel değerlerini bu kültürden alır ve ona göre şekillendirirler. Kültür, bireylere bir çerçeve sunar ve bu çerçeve içinde kişisel değerler gelişir. İnovasyon yeteneğinin alt boyutu olan yaratıcılık ve özgünlük de kültür ve kişisel değerlerin birleşiminden doğar. Buradan yola çıkarak sorumluluk, bağışlama, dürüstlük, doğruluk kişisel değerlerinin pozitif ilişkide olması doğaldır. Bireyler, kendi değerleriyle kültürlerini birleştirerek benzersiz bir kimlik oluştururlar. Bu benzersiz kimlik, özgün düşünce ve yaratıcı ifadeyi teşvik eder. Yani, kültürün sunduğu değerler bireyin yaratıcılığına ilham verirken, bireyin kişisel değerleri de bu yaratıcılığın

şekillenmesine katkıda bulunur. Değerlerin etkisi zaman içinde değişebilir, paylaşım kişisel değeri ile yaratıcı-özgün olma inovasyon yeteneğinin diğer inovasyon yetenekleri gibi ilişki içerisinde olmaması şaşırtıcı değildir. Sonuç olarak, kültür ve kişisel değerler arasındaki bu karşılıklı etkileşim, değerlerin sadece bireyin iç dünyasını şekillendiren bir unsur olmaktan öteye geçip, kültürel mirasın sürdürülebilir kalkınma ve yaratıcılık alanlarında kaynak oluşturmaya katkıda bulunduğunu göstermektedir.

Melenchuk (2017:130) maceracılık konusunun araştırılmasını modern toplumun kişilik gereksinimlerinden biri olarak görmüştür. Melenchuk'ın düşüncesine göre, kişiliğin maceraperest inovasyon yeteneğine yönelik eğilimi insan yaşamındaki uyum süreçlerine katkıda bulunabilen veya engel olabilen yaratıcı bir karar alma kaynağı olarak da değerlendirilebilir. Tarihte yapılan pek çok coğrafi keşfin, maceracılığı bir yaşam tarzı haline getiren maceraperestler tarafından gerçekleştirildiği bilinir. Ylyn (2012:113 aktaran Melenchuk: 130) maceracı eylemler, gelenekselliği yeni bir şeyle değiştirme, başarıya ulaşma fırsatı sağlar, der. Maceraperestlik, kişisel değerlerle uyumlu bir şekilde kullanıldığında, bir kişinin kendi potansiyelini keşfetmesine ve sınırlarını zorlamasına olanak tanıyabilmektedir. Bu noktada, kişisel değerler, bir kişinin kendi etik ve inançlarını koruyarak maceraperestlikle bir denge oluşturabilir. Öte yandan, maceraperest girişimcilerin başarı hikayeleri, kişisel değerlerle güçlendirilmiş bir inovasyon yaklaşımının nasıl büyük kazançlar sağlayabileceğini gösterir. Bu girişimciler, sadece iş dünyasındaki boşlukları doldurmakla kalmaz, aynı zamanda kişisel değerleriyle uyumlu bir şekilde bir iz bırakma arzusuyla hareket ederler. Bu doğrultuda yalnızca yeni fikirlere öncülük etmeyen girişimciler, aynı zamanda kişisel bütünlüğü de koruyarak daha anlamlı ve etik bir inovasyon sürecini mümkün kılar. Araştırma bulguları dürüstlük, doğruluk ve paylaşım gibi kişisel değerlerin maceraperest inovasyon yeteneğini etkilediğini, ortaya koymuştur. Buradan yola çıkarak maceraperest inovasyon yeteneği, kişisel değerlerle birleştğinde, bireyleri yeni zirvelere taşıyan güçlü bir araç olarak görülmektedir.

Başarı günümüzde, sadece inovasyonla ilgili değildir ve aynı zamanda kişisel değerlerle de iç içe geçmiş durumdadır. Bu değerleri oluşturmakta yardımcı olan duygular ise bu değerlere karşı gelişen içsel tepkilerimizdir. Bu iki unsurdaki etkileşim, kişisel gelişimimizi ve yaşam deneyimimizi derinlemesine etkiler. Öncelikle, kişisel değerlerimiz, yaşamımızın rotasını belirler. Bu değerler, ahlaki, etik veya kişisel olarak önemli bulduğumuz ilkelere dayanabilir. Örneğin, dürüstlük, adalet, özgürlük gibi

değerler, bir bireyin kendi değer sistemini oluşturabilir. Bu değerler, kararlarımızı şekillendirir ve yaşamımıza anlam katar. Değerlerimizle duygularımız arasındaki bağlantı, bir değere karşı duyduğumuz bağlılığın veya bir değer ihlali durumunda hissettiğimiz rahatsızlığın kaynağını oluşturur. Örneğin, dürüstlüğe verdiğimiz değer, birisinin bize karşı dürüst olmadığını düşündüğümüzde duyduğumuz hayal kırıklığı veya öfke duygularını tetikleyebilir. Bu duygusal tepkiler, değerlerimizin gücünü ve etkisini gösterir. Bazen değerlerimizin bizleri yönlendirmesini beklediğimiz başarı kriterleriyle çelişen durumlarla da karşılaşabiliriz. Araştırmanın bulgularından iki değer boyutu sorumluluk ve bağışlama değerleri maceraperestlik inovasyon yeteneğini etkilememektedir. Bu durumda, duygularımız yardımıyla şekillenen kişisel değerlerimiz her yetenek ile ilişkili olmayabilir. Sonuç olarak, kişisel değerlerimiz ve inovasyon yeteneklerimiz arasındaki içsel bağlantı bireylerin dünya görüşünü, karar alma süreçlerini ve genel yaşam deneyimini şekillendiren güçlü bir dinamiktir. Bu etkileşime duygularımız ise farklı araştırmalara konu açabilmekte değerlendirilebilir.

Araştırmaya katılan z kuşağı kadın sayısındaki fark çalışmaya katılım teklifi ile alakalı değildir. Kadınların kişisel tercih sebebi araştırmaya katkı sağlamıştır. Z kuşağının büyük bir kısmının illerde yaşaması, genç neslin genellikle kentsel alanlarda yoğunlaştığını ve büyüdükleri bölgelerden şehirlere göç ettiklerini gösterebilir. Bu, kentsel yaşamın z kuşağı için daha çekici olduğunu düşündürebilir. Bununla beraber babalarının büyük çoğunluğunun illerde iş bulma olanaklarının daha yüksek olacağı da bir diğer neden olabilir. Annelere göre eğitim durumları daha iyi olan babaların çok küçük bir kesimi çalışmazken eşlerinin neredeyse %60'lık kısmı ev hanımlarından oluşmaktadır. Bu durum, geleneksel cinsiyet rollerinin devam ettiğini gösteriyor olabilir. Aynı zamanda, z kuşağı içinde cinsiyet eşitliği konularında hala bazı zorlukların olduğuna işaret edebilir. Çocuk bakımının ve yetiştirmesinin büyük çoğunluğu anneye kalan z kuşağı için kardeş sayısında genel yayılma evde çocuğa bakacak bir ebeveynin bulunuyor olmasından kaynaklanıyor olabilir. Bu araştırmanın z kuşağı kendinden sonra gelen alfa kardeşlere sahip ve büyük çoğunluğu çekirdek aile içerisinde büyüyor. Bu da evde çalışan ebeveyn sayısının belli bir süre daha tekliğini göz önünde bulundurulması gereken ekonomik sorunlara çevirebilir. Bireyselci yapılarıyla ön plana çıkan z kuşağının geniş ailede büyüme oranları bu araştırma da %1,3 oranı ile çok ama çok düşük. Bu veri z kuşağı için, geniş aile ile büyümüş olsalardı kuşak çatışmalarının yanı sıra kuşaklar arası etkileşimden kaynaklanan daha paylaşımcı ve dışa dönük olmalarını tetikler miydi, sorusunu akıllara

getirmektedir. Kardeş sayısı 4 ve üzeri olan z kuşakları paylaşım oranları oldukça yüksektir. Bu veri ortalamanın üstündeki oranda evde bulunan birey sayısındaki artışın geniş aile ile büyüyen z kuşağı seçeneğinin pozitif etkilerine örnek olabilir. Şehirleşme ve modern yaşam tarzı, bireylerin daha küçük ailelerde yaşama eğilimini artırabilir. Şehirlerdeki yoğun iş temposu ve modern yaşamın getirdiği dinamikler, çekirdek aile yapısını destekleyebilir. Bununla beraber Z kuşağının olduğu zamanın sosyoekonomik duruma bağlı olarak, aileler genellikle ilk çocuklarını çekirdek aile yapısında yetiştirmeyi tercih edebilirler.

Katılımcı profiline bakıldığında kadın ve erkek z kuşağı üyeleri arasında birbirini takip eden bir kişisel değer ve inovasyon yeteneği oranları söz konusudur. Algılar her iki cinsiyette benzerlik gösterse de cinsiyetle ilişkilendirilen özellikler genellikle bireyden bireye büyük ölçüde değişiklik göstere bilirdiğinden bu çalışmada da değer çeşitliliği ve yetenek çeşitliliği için oranlar bu şekilde seyretmemektedir. Kadınların daha yaratıcı-özgün olma eğilimleri, dürüstlük, doğruluk ve paylaşımdaki erkeklere oranla yüksek algıları günlük hayattan izler taşımaktadır. Her birey kendi benzersiz kişiliğine sahip ve bu özelliklerin her biri, kişinin deneyimleri, değerleri ve genetik özellikleri tarafından etkilenebilir. Daha çok vakit geçirilen ebeveynin anne olması faktörü kadın z kuşağı bireyleri için birer rol model olabilmektedir. Köy ve belde gibi küçük yerde yetişen kadın z kuşağı üyelerinde doğruluk ve fikir-liderliği noktasında eğilimlerinin düşük olması da bir bireyin yetişme koşullarındaki yer faktörünün ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Ek olarak anne eğitim durumu düştükçe doğruluk, dürüstlük, paylaşım boyutlarındaki ortalamaların yüksekliği kadınların yer, mekân fark etmeksizin kişisel değerler bağlamında z kuşağına aktaracağı erdemli davranışların varlığını gizli birer hazine gibi bünyesinde saklamaktadır.

Erkeklerin ise verilere göre daha maceraperest, girişken, sorumluluk sahibi ve bağışlayıcı olmaları söz konusudur. Toplumlar genellikle cinsiyet rolleri ve beklentileri üzerine inşa edilmiştir. Evin ekonomik yükünü çeken erkekler için sorumluluk sahibi ve girişken olmaları çok doğal gözükmemektedir. Bağışlayıcılık noktasında toplumsal algılar her ne kadar kadınları ön plana çıkarsa da z kuşağı için bazı dinamiklerin değiştiğini bu çalışma açıkça göz önüne çıkarmaktadır. Bu çalışmada anne baba eğitim seviyesi düştükçe çocuklarıyla olan paylaşım seviyelerinin artması z kuşağının kendinden önceki kuşaklarında görülen toplum içinde çocukları sevmeme gibi kalıpları kırmış olduklarını

z kuşağının ebeveynlerine başkalaşım yaşattıklarını göstermektedir. Araştırmanın ilk çocukları olan z kuşağı toplum nazarında olduğu gibi, analiz sonuçlarında da daha doğruluktan yana, liderlik eğilimindedirler. İlk çocuklar genellikle aile içinde ilk torun, yeğen veya kuzendir, bu nedenle aile genellikle onlardan liderlik ve sorumluluk bekler. Bu beklentiler, çocuğun daha erken yaşlarda sorumluluk almasına ve liderlik özelliklerini geliştirmesine yol açabilir. Bununla beraber çocuklar genellikle anne-babalarının daha fazla dikkatini çeker ve bu da onların kendine güven geliştirmelerine ve liderlik rollerini benimsemelerine katkıda bulunabilir. Genellikle kardeşlerine örnek olma rolünü üstlenirler. Bu durum, liderlik özelliklerini ve sorumluluk duygusunu geliştirmelerine katkıda bulunabilir. İlk ve tek çocuk olan z kuşağı üyeleri için bir diğer analiz sonucu da sorumluluk, bağışlama gibi kişisel değerler noktasında da diğer kardeş sayılarına göre daha yüksek ortalamaya sahip olmalarıdır. Fikir liderliği ve maceraperestlikleri ailedeki tek çocuk olmanın getirdiği pozitif ilgiden nasibini almıştır. Dürüstlük nazarında kardeşe sahip olan z kuşağı ise daha şanslıdır.

İnovasyon yeteneği ile kişisel değerler arasındaki ilişkinin sonuçlarını alt boyutları ile olan bağlantıları ile birlikte anlamak ve yorumlamak var ise farklı perspektiflerden ele alınışlarını irdelemek gelecek yüzyıl iş dünyası, toplumsal inşası için oldukça önemlidir. Literatürde Aslan, Yıldız, Direzinci (2017), Gökkaya (2019), Aksoy (2019) gibi araştırmacılar kimi zaman kişisel değerler olarak bu çalışmanın inovasyon yeteneklerini ele almış ve bu yönde çalışmalar yürütmüştür. Aslan, Yıldız, Direzinci (2017)' nin araştırma bulguları öğrencilerin almış oldukları girişimcilik derslerinden elde etmiş oldukları kazanımların girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği; yine ders kazanımlarının inovasyon yeteneklerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği; girişimcilik eğilimlerinin de inovasyon yeteneklerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği bulguları elde edilmiştir. Aksoy (2019: 185) ise Balıkesir'de yaşayan 211 lise öğrencisi üzerinde kişisel ve toplumsal değerlerin sosyolojik analizleri üzerine araştırma yapmıştır. Liselilerin bilinen yaygın değerlerin yanı sıra farklı değerler üretiyor mu, sorusuna cevap arayan araştırmacı için çıkan sonuçlar şaşırtıcı olmamıştır. Bu çalışmanın inovasyon yeteneği olan maceraperestliği bir değer olarak değerlendiren araştırmacı bu değerın gelir seviyesine göre değiştiğini gözlemlemiştir. Bununla beraber kız öğrencilerin sorumluluk sahibi olma eğilimleri erkek öğrencilere göre daha fazla çıkmıştır. Her insanın bir değer sistemine sahip olduğu göz önünde bulundurulduğunda konunun derinleşmesi için farklı değer sistemlerinin yerli ve yabancı araştırmacılar tarafından oluşturulması

literatürü zenginleştirecektir.

Bu çalışma doğrultusunda, organizasyonlar açısından, inovasyonu teşvik etmek için kişisel değerleri göz önünde bulunduran eğitim ve geliştirme programları oluşturmak faydalı olacaktır. Eğitim bireylerin kişisel gelişimine katkı sağlamasının yanı sıra, aynı zamanda toplumun sosyal, kültürel ve ekonomik yapısına da önemli katkılar sağlar. Demokratik değerleri benimseme, eleştirel düşünciyi teşvik etme ve toplum içinde eşitlik ilkesini güçlendirme açısından eğitim ve inovasyon birbirini tamamlayan unsurlardır. İnovasyon, yeni fikirleri ve çözümleri ortaya çıkarmak için eğitimle birleştiğinde, toplumların daha hızlı gelişmesini ve sorunları daha etkili bir şekilde çözmesini sağlar. Bu nedenle, eğitim ve inovasyon bir arada düşünüldüğünde, toplumların daha sürdürülebilir, adil ve yenilikçi bir gelecek inşa etmelerine katkıda bulunabilirler.

İşe alım süreçlerinde bu çalışmada belirtilen kişisel değerlere sahip adayları önceliklendirmek organizasyonların inovasyon yeteneklerini artırır. Kişisel değerleri teşvik eden bir kültür ve iş ortamı yaratmak önemlidir. Organizasyonlarda açık iletişim, iş birliği ve fikir alışverişi teşvik edilmeli ve çalışanlar arasında özgürce fikirlerin paylaşılmasına izin verilmelidir. Ayrıca organizasyonlar bu değerlere dayalı davranışları ödüllendirebilir. Örneğin, inovasyona katkıda bulunan çalışanlara özel ödüller veya tanıma programları oluşturabilirler. Dolayısıyla organizasyonlar gelişim fırsatları sunarak, çalışanların bu değerleri benimsemelerine ve inovasyon yeteneklerini geliştirmelerine yardımcı olabilirler. Örneğin, Sorumluluk hissi, inovasyon süreçlerine katkıda bulunma ve projeleri sonuçlandırma konusundaki kararlılığı artırabilir. Dürüstlük ve paylaşım değerleri, açık iletişim ve fikirlerin serbestçe paylaşılmasına olanak tanır, bu da yaratıcı özgünlüğü teşvik eder. Maceraperestlik ise yeni fikirlerin keşfedilmesine ve deneme yanılma yoluyla inovasyonun teşvik edilmesine yardımcı olabilir. Sonuç olarak, kişisel değerlerin inovasyon yeteneklerini etkilemesinin ardında yatan bu tür etkileşimler, iş dünyasında inovasyonun gelişimine katkı sağlayabilir ve organizasyonların rekabet avantajını artırabilmesi için bu çalışmanın sonuçlarına yönelik z kuşağı ile iletişimlerini güçlendirmeleri faydalarına olabilir.

Ülkemiz için uzun vadede teknoloji liderleri arasında yerini sağlamlaştırabilmesi veya orta vadede liderlerle etkili bir rekabet içinde olabilmesi için, inovasyon çabalarını sürekli ve kararlı bir biçimde sürdürmesi gereklidir. Günümüzde savunma sanayi gibi alanlarda

yapılan atılımların desteklenmesi, çalışanların kuşaklarının dilinden anlayarak beklentilerinin karşılanması sürdürülebilir bir vizyon için kaçınılmazdır.

Çalışmanın katılımcıları arasında farklı sektörlerden, yaş gruplarından geniş bir perspektif sağlar. Bu çeşitlilik, kişisel değerlerin ve inovasyon yeteneklerinin nasıl çeşitlendiğini anlamamıza yardımcı olabilir. Z kuşağının ardından gelen alfa kuşağı bu çalışmanın boyut kazanması için alternatif çalışma konusu olabilir. Farklı demografik gruplardan, endüstrilerden ve kültürlerden gelen katılımcılara odaklanmak, mevcut çalışmanın Türkiye’deki gençleri kapsamı sebebiyle genellenebilirliğini daraltmıştır. Daha kapsamlı bir anlayış için farklı ülke, kültür kuşaklarını çalışmaya dahil etmek gelecek yüzyıl dinamiklerini anlamak için faydalı olacaktır.

Kişisel değerlerin inovasyon yeteneklerini nasıl etkilediğine dair uzun vadeli bir perspektife sahip olmak önemlidir. Değişim ve gelişim süreçlerini gözlemlemek, bu iki boyut arasında uzun vadeli etkileri daha iyi anlamamıza yardımcı olabilir. Ve araştırma çıktıları farklı disiplinlerde değişimlerin öncüsü olabilir. Çalışmanın bir parçası olarak, katılımcılarla belirli bir süre boyunca düzenli aralıklarla iletişimde olmak kişisel değerlerin ve inovasyon yeteneklerinin zaman içinde nasıl evrildiğini izlememize olanak tanır. Bu sebeple araştırmanın devamı için aynı gruba dahil z kuşağının değişimlerini izlemek z kuşağının değişim süreçlerini de göz önüne serecektir.

Sayısal verilerin yanı sıra, bireylerle yapılan derinlemesine mülakatlar soyut kişisel değerleri ve inovasyon yeteneklerini daha iyi anlama da kullanılabilir. Bu, katılımcıların duygusal bağlam ve motivasyonları hakkında daha fazla içgörü sağlayabilir. Ve boyutların ilişkiler değişebilir ya da yeni alt boyutlar ortaya çıkabilir.

8. KAYNAKLAR

- ABD Hastalık Kontrol Merkezi. (2023). Age of parents at childbirth. <https://www.bloomberg.com>
- AdAge. (2016, 13 Ocak). 13 Things to Know About the Alpha Generation. <https://adage.com/article/digitalnext/13-things-alpha-generation/302366> Erişim Tarihi: 25.02.2022.
- Adıgüzel, O., Batur, H. Z., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 165-182.
- Agbim, K. C., Zeve, T. A., & Oriarewo, G. O. (2014). Assessing the effect of knowledge acquisition on competitive advantage: A knowledge-based and resource-based study. *Information and Knowledge Management*, 4(11), 131-142.
- Ağca, V., & Büyükaslan, D. (2016). Aile işletmelerinde iç girişimciliğin sosyal girişimciliğe etkisi: Afyonkarahisar'da bir araştırma. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13, 201-220.
- Ahmed, F., Johnson, D., Hashaikh, R., & Hilal, N. (2023). Barriers to Innovation in Water Treatment. *Water*, 15(4), 773.
- Aka, B. (2018). Bebek patlaması, X ve Y kuşağı yöneticilerin örgütsel bağlılık düzeylerinin kamu ve özel sektör farklılıklarına göre incelenmesi: Bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(20), 118-135.
- Akar, E. (2009). Pazarlama bağlamında geleneksel ve internette ağızdan ağıza iletişim: Kuramsal bir çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(2), 113-134.
- Akbaş, O. (2004). Türk Milli Eğitim Sisteminin Duyuşsal Amaçlarının İlköğretim II. Kademedeki Gerçekleşme Derecesinin Değerlendirilmesi. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Akçay, T. (2000). Neil Howe-William Strauss, The Millennials Rising: The Next Great Generation (New York: Vintage Books). *Hitit İlahiyat Dergisi*, 21(1), 815-822.
- Akdoğan, M. Ş., & Karaarslan, M. H. (2013). Tüketici yenilikçiliği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(2).
- Aksoy, Ö. N. (2019). Lise gençlik değerlerinin sosyolojik analizi Balıkesir örneği. *Sosyal Bilimler Akademik Dergisi*, 2(2), 166-189.
- Akyürek, M. İ. (2020). İnovasyon ve liderlik. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 3(1), 15-24.
- Alfirevic, N., & Talaja, A. (2014). Managing knowledge through dynamic capabilities. In *Learning models for innovation in organizations: Examining roles of knowledge transfer and human resources management* (pp. 157-172). IGI Global.
- Alp, G. T., Tuncer, A. D., Sulaiman, S. A. B., & Güngör, A. (2019, Kasım). Çalışma hayatında Y ve Z kuşağının motivasyonel farklılıkları. In S. A. B. Sulaiman, *2nd International Conference on Technology and Science Proceedings* (Cilt 803, s. 810).

- Alpay, A. (2009). "Yakın İlişkilerde Bağışlama: Bağışlamanın; Bağlanma, Benlik Saygısı, Empati ve Kıskançlık Değişkenleri Yönünden İncelenmesi". *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.
- Alrubaiee, P., Al-zubi, H. M., Hanandeh, R., & Ali, R. (2015). Investigating the relationship between knowledge management processes and organizational performance: The mediating effect of organizational innovation. *International Review of Management and Business Research*, 4(4), 989–1009.
- Apaydın, Ç., & Kaya, F. (2020). An Analysis Of The Preschool Teachers' Views On Alpha Generation. *European Journal Of Education Studies*, 6(11), 123-140. Doi: 10.5281/zenodo.3627158
- Argyris, C. (1994). Good communication that blocks learning. *Harvard Business Review*, 72(4), 77-85.
- Arpacı, I. (2018). Üniversite öğrencilerinin inovasyon profilleri ile proje geliştirme dersindeki akademik başarıları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 7(2), 79-95.
- Arvas, F. B. (2018). Kişisel değerler ve dindarlık ilişkisi üzerine bir inceleme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 40-63.
- Asan, T., Ekşi, F., Doğan, A., & Ekşi, H. (2008). Bireysel Değerler Envanteri' nin dilsel eşdeğerlik, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 27, 15-38.
- Aslan, M., & Aydın Boylu, A. (2022). Evlilik Öncesi Alışverişte Kişisel Değerler, Hedonik ve Faydacı Tüketim ve Sosyal Karşılaştırmaların Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Adam Academy Journal of Social Sciences*, 12(2), 441-464. DOI: 10.31679/adamakademi.1061726
- Aşık, N. A. (2019). X ve Z Kuşağı Tüketicilerin Yiyecek Tercihlerini Etkileyen Faktörler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2599, 2611.
- Aydın Aslaner, D., & Aslaner, A. G. (Ed.). (2021). *Dijital çağda Z kuşağı gerçekleri* (1. baskı). İstanbul: Kriter Yayınevi. ISBN: 9786258012118.
- Aydın, M. (2003). Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1(3), 121-144.
- Aydın, S. (2009). Kişisel ve ürün temelli yenilikçilik: Cep telefonu kullanıcıları üzerine ampirik bir uygulama. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10(2), 188-203.
- Ayhün, S. E. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 93-112.
- Bağcı, E., & Onur, İ. Ç. Ö. Z. (2019). Z ve alfa kuşağı ile dijitalleşen turizm. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 232-256.
- Bakan, İ., & Sezer, B. (2023). Firmaların rekabetçi pozisyon algıları inovasyon düzeyi algıları üzerinde farklılık oluşturur mu? Bir alan araştırması. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 19(3), 561-587.
- Bakan, İ., & Şekkeli, Z. (2016). Lojistik koordinasyon yeteneği, lojistik inovasyon yeteneği ve müşteri ilişkileri (miy) yeteneği ile rekabet avantajı ve lojistik performans arasındaki ilişki: Bir alan araştırması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 39-68.

- Balaban, Ö., Ertuğ, H., & Yenice, Ö. (2018). Generational differences in human resources management: A study on generation Y health workers. In *Traders International Trade Academic Journal*, 1(1), 85-99.
- Ballı, E., & Ballı, A. İ. K. (2014). Üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ve girişimcilik eğilimleri. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1).
- Ballı, E., & Güreşçi, G. (2017). İnovasyon ve ekonomik büyüme: Üst ve üst-orta gelirli ülkeler örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 15(1), 99-112.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G. V., & Pastorelli, C. (1996). Mechanisms of moral disengagement in the exercise of moral agency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 364.
- Başol, O., Bilge, E., & Kuzgun, Ş. (2012). Öğrencilerin kariyer değerlerini etkileyen unsurların tespitine yönelik bir araştırma: Bireysel değerler. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 2(2), 57-68.
- Baumeister, R. F., & Juola Exline, J. (1999). Virtue, personality, and social relations: Self-control as the moral muscle. *Journal of Personality*, 67(6), 1165-1194.
- Bayraktar, O., Fidan, Y., & Şencan, H. (2018). Eğitim Yöneticilerinin Bireysel Girişkenlik ve Etkin İletişim Davranışlarının Öğretmenlerin Dağıtık Liderlik Algısına Etkisi/The Effect of Individual Assertiveness and Effective Communication Behaviors of Education Managers on Distributed Leadership Perception of Teachers. *Journal of History Culture and Art Research*, 7(5), 396-420.
- Bayram, N., Gürsakar, S., & Aytaç, S. (2012). Öğrencilerinin kariyer değerlerini açıklamada kişiliğin etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 181-189.
- Bell, M. (2009). Innovation capabilities and directions of development (STEPS Working Paper 33). Brighton: STEPS Centre.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management. *ICMLG2016-4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016*, 42.
- Bencsik, A., Horváth-Csikós, G., & Juhász, T. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3).
- Beyaz, R. (2020). Z Kuşağı tüketicilerin kişilik özellikleri ve bilinçli tüketim eğilimleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 8(22), 55-57.
- Beytekin, O. F., & Çiğdem, F. A. (2020) Eğitim Yönetimi Alanındaki Lisansüstü Öğrencilerin Bireysel İnovasyon Profillerinin Liderlik 4.0 Perspektifinden İncelenmesi.
- Bilgin N (2003). *Sosyal psikoloji sözlüğü. Kavramlar, yaklaşımlar*. Ankara: Bağlam Yayıncılık, 80-81.
- Birer, G.C. (2016). Holoportasyon, *Tübitak-Bilim Genç*, <http://www.bilimgenc.tubitak.gov.tr/makale/holoportasyon> Erişim Tarihi: 10.02.2023.
- Bloomberg. (2017, 17 Mayıs). Women in 30s Now Having More Babies Than Younger Moms in US. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-05-17/women-in-30s-now-having-more-babies-than-younger-moms-in-us#xj4y7vzkg> Erişim

Tarihi: 25.02.2022.

- Blum, R. W. (n.d.). Johns Hopkins Üniversitesi Profili. <https://jhu.pure.elsevier.com/en/persons/robert-w-blum> Erişim Tarihi: 22.02.2023.
- Bodur, G. (2018). Hemşirelik öğrencilerinin bireysel yenilikçilik (inovasyon) düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 5(2), 139-148.
- Bozkurt, A. (2012). İnovasyon: Kaynaklar ve değerler sistemi üzerine inşa edilir. <https://www.dunya.com/kose-yazisi/inovasyon-kaynaklar-ve-degerler-sistemi-uzerine-insa-edilir/13518> Erişim Tarihi: 12.06.2023.
- Braak, J. (2001). Individual characteristics influencing teachers' class use of computers. *Journal of Educational Computing Research*, 25(2), 141-157.
- Bradfield, M., Aquino, K. (1999). The effects of blame attributions and offender likeableness on forgiveness and revenge in the workplace. *Journal of Management*, 25(5), 607-631.
- Bulut, Ç., & Arbak, H. (2012). İnovasyon, direnç ve iletişim: Kavramsal bir tartışma. *EGİAD Yayınları*, 5-19.
- Bulut, İ. (2014). İDKAB öğrencilerin bireysel yenilikçilik ve ahlaki olgunluk düzeyleri üzerine kelam dersinin etkisi. *KADER Kelam Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 55-99.
- Burgelman, R., Maidique, M. A., & Wheelwright, S. C. (2004). *Strategic Management of Technology and Innovation*. New York: McGraw Hill.
- Burns, T., & Stalker, G. M. (1961). *The Management of Innovation*. Oxford University Press.
- Business Insider. (2014, 2 Temmuz). Generation Alpha: What It Means. <https://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2> Erişim Tarihi: 25.07.2023.
- Büyükbeşe, T., Direkçi, E., & Erşahan, B. (2017). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarının iletişim becerilerine ve bireysel yenilikçilik seviyelerine etkisi. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(2), 221-236.
- Camison, C., & Villar-Lopez, A. (2014). Organizational innovation as an enabler of technological innovation capabilities and firm performance. *Journal of Business Research*, 67(1), 2891-2902. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.06.004> Erişim Tarihi: 12.02.2023.
- Canatan, A. (2008). Toplumsal değerler ve yaşlılar. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 1(1), 62-71.
- Caprara, G. V., & Cervone, D. (2000). *Personality: Determinants, dynamics and potentials*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business Press.
- Chicca, J., & Shellenbarger, T. (2018). Connecting with Generation Z: Approaches in nursing education. *Teaching and Learning in Nursing*, 13(3), 180-184.
- Consultancy.uk. (2015). Generation Y less satisfied than other generations.

<https://www.consultancy.uk/news/2061/generation-y-less-satisfied-thanother-generations>. Erişim Tarihi: 12.02.2023.

- Coombs-Richardson, R. & Toison H. (2005). A Comparison Of Values Rankings For Selected American And Australian Teachers. *Journal of Research in International Education*, 4, 263-277.
- Cumming, B. S. (1998). Innovation overview and future challenges. *European journal of innovation management*, 1(1), 21-29.
- Çakar, N. D., & Ertürk, A. (2010). Comparing Innovation Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: Examining the Effects of Organizational Culture and Empowerment. *Journal of Small Business Management*, 48, 325-359.
- Çalık, E. (2016). Kobilerin yaptıkları iş birliklerinin ve aldıkları desteklerin inovasyon yetenekleri ve performansları üzerindeki etkiler (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Çelikkaya, T., & Seyhan, O. (2017). Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin ve Öğretmen Adaylarının Evrensel Değerlere İlişkin Metafor Algıları. *E-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(3), 65-87.
- 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.
- Çetin, K., & Gedik, H. (2017). İşletmelerde inovasyona etki eden faktörler: Karaman ili örneği. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(13), 160-172.
- Çetin, N. (2008). Kuramsal Liderlik Çözümlemelerinin Işığında, Okul Müdürlüğü ve Eğitilebilir Durumsal Liderlik Özellikleri. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(23), 74-84.
- Çetinkaya, Ö., & Alparslan, A. G. A. M. Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *The effect of emotional intelligence on communication skills: An investigation on*, 364.
- Çiçek, H., & Gökhan, Ü. N. L. Ü. (2019). Z kuşağının kariyer beklentileri: Lise öğrencileri üzerinde bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22(2), 447-458.
- Çiftçi, M., Tozlu, E., & Akçay, A. (2014). Drucker perspektifinde inovasyonun işletmelerin gelişimi üzerine etkisi: Girişimci işletme. *Visionary E-Journal/Vizyoner Dergisi*, 5(10).
- Çoban, Ö. (2010). Paylaşım olgusunda meydana gelen değişiklikler ve günümüz sosyal ve iş yaşamına izdüşümleri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(28), 345-359.
- Daghfous, N., Petrof, J. V., & Pons, F. (1999). Values and adoption of innovations: a cross-cultural study. *Journal of Consumer Marketing*, 16(4), 314-331. doi:10.1108/07363769910277102
- Damanpour, F. (2018). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *In Organizational Innovation (127-162)*. Routledge.
- Dağseven Emecen, D. (2020). Z kuşağı ne istiyor. What does generation Z want? *Maltepe Üniversitesi, Scienceup*, 3, 68-69.

- Deloitte. (2019). <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/consumer-business/welcome-to-gen-z.pdf> Erişim Tarihi: 01.01.2023.
- Demirdöğen, S. (2019). İşletmelerin inovasyon yapmalarına engel olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Erzincan organize sanayi bölgesi örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (54), 417-446.
- Demirel, Y. ve Tohum, E.U. (2017). “Kobilerde Yenilik Uygulamaları ve Yenilik Engellerinin Belirlenmesi ve Analizi Üzerine Bir Araştırma”. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(3), s. 7-27.
- Demirel, Z. H. (2021). Çalışma hayatında geleceğin insan kaynağı: Alfa kuşağı. *OPUS International Journal of Society Researches*, 18(Yönetim ve Organizasyon Özel Sayısı), 1796-1827.
- Demirkaya, H., & Çal, Ü. T. (2018). Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının dürüstlük değerine ilişkin metaforik algıları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 19(3), 1964-1980.
- Demirtaş, E. (2011). Çalışanların kişilik özelliklerinin ve kişisel değerlerinin, iş değerlerine ve örgütsel bağlılığa olan etkisi (Master's thesis, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Deveci, H., & Selanik AY, T. (2009). İlköğretim öğrencilerinin günlüklerine göre günlük yaşamda değerler. *Journal of International Social Research*, 1(6).
- Dilber, F. (2014). Kitle iletişim araçları ve suç olgusu. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2014(3), 60-66.
- Dill, K., Staff F. (2015, 6 Kasım). 7 Things Employers Should Know About the Gen Z Workforce. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/kathryndill/2015/11/06/7-things-employers-should-know-about-the-gen-z-workforce/?sh=6fc53182fad7> Erişim Tarihi: 10.02.2023.
- Dilman, H. (2019). Alfa kuşağı ile yabancı dil öğretimini yeniden düşünmek. *Ad-HOC*, 1(5), 96-97.
- Doğan, S., & Şahin, S. N. (2020). Z kuşağı bağlamında kariyer yönetiminin iş-yaşam dengesine ve role tutulmaya etkisinde kuşak farklılığının düzenleyici rolü. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 439-459.
- Dökmen, Ü. (2000). *Varolmak, Gelişmek, Uzlaşmak*. İstanbul: Sistem Yayıncılık. ISBN: 9789751413697.
- Dönmez, İ., & Yücel, S. Y. (2020). Analysis of scientific epistemological beliefs and STEM attitudes of the gifted students. *Bartın University Journal of Faculty of Education*, 9(3), 515-526.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper&Row Publishers.
- Duchscher, J. E. B., & Cowin, L. (2004). Multigenerational nurses in the workplace. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 34(11), 495-501.
- Dünya Ekonomik Forumu. *Küresel Rekabetçilik Raporu 2020- Genel Değerlendirme*. <https://ref.sabanciuniv.edu/tr/dunya-ekonomik-forumu-kuresel-rekabetcilik-raporu-2020-genel-degerlendirme> Erişim Tarihi: 22.09.2023.

- Dwivedi, Y. K., Balakrishnan, J., Das, R., & Dutot, V. (2023). Resistance to innovation: A dynamic capability model based enquiry into retailers' resistance to blockchain adaptation. *Journal of Business Research*, 157, 113632.
- Dyer, J., Gregersen, H., & Christensen, C. (2011). *The Innovator's DNA: Mastering the Five Skills of Disruptive Innovators*. Harvard Business Review Press.
- Elçi, Ş., & Karataylı, İ. (2008). *İnovasyon rehberi: Kârlılık ve rekabetin elkitabı*. Technopolis Group Türkiye.
- Emiroğlu, B. D. (2022). Kırsal turizm işletmelerinde inovasyon ve inovasyonun önündeki engeller. *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Güncel Araştırmalar-II*, 2.
- Erbay, M. (2017). Yeni nesil teknolojiler ile müzelerde eğitim. *Milli Eğitim Dergisi*, 46(214), 255-268.
- Erciş, A., & Bahar, T. Ü. R. K. (2014). Kişisel değerler ve içsel yenilikçilik boyutları ilişkisinin yapısal eşitlik modeliyle incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28(2), 75-88.
- Erickson, T. (2009). Generations in China. *Harvard Business Review*, 28.
- Escobar, A., Luna, J., & Caraballo, A. (2023). Barriers to sustainable green innovation in meeting the challenges of the global economy of firms. *Global Journal of Environmental Science and Management*.
- Feather, N. T. (1995). Values, valences, and choice: The influences of values on the perceived attractiveness and choice of alternatives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68(6), 1135.
- Fehr, R., Gelfand, M. J., & Nag, M. (2010). The road to forgiveness: A meta-analytic synthesis of its situational and dispositional correlates. *Psychological Bulletin*, 136(5), 894.
- Fettahlioğlu, H. S., & Sünbül, M. B. (2015). Tüketici etnosentrizmi ve tüketici husumetinin X, Y, Z kuşakları açısından incelenmesi. *International Journal of Academic Values Studies*, (1), 26-45.
- Fındık, D. (2022). İnovasyon Performansı ve Endüstri 4.0'ın Adaptasyonu: Avrupa'daki KOBİ'ler için Bir Çalışma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi / Journal of Entrepreneurship and Innovation Management- JEIM*, 11(2), 121-142.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen': *Generation Z and Its Implications for Companies*. McKinsey & Company, 12.
- Freedman, S. R., Enright, R. D., & Knutson, J. (2005). A progress report on the process model of forgiveness. In E.L. Worthington (Ed.), *Handbook of Forgiveness* (393-406). New York: Routledge.
- Fuchs, P.H., Mifflin, K.E., Miller, D., Whitney, J.O.. (2000). *Strategic Integration*. *California Management Review*, 2000, 42.3: 118-129.
- Gabrielova, K., & Buchko, A. A. (2021). Here Comes Generation Z: Millennials as Managers. *Business Horizons*, 64(4), 489-499.
- Geldes, C., Heredia, J., Felzensztein, C., and Mora, M. (2017). Proximity as Determinant of Business Cooperation for Technological And Non-Technological Innovations. A Study of an Agribusiness Cluster. *Journal of Business & Industrial Marketing* (32), 1-26.

- Gino, F., Ayal, S., & Ariely, D. (2009). Contagion and differentiation in unethical behavior: The effect of one bad apple on the barrel. *Psychological Science*, 20(3), 393-398.
- Global Innovation Index (GII). (2022). This year's special GII theme looks to the future of innovation driven growth, and asks: Is stagnation here to stay, or are we about to enter a new era, where innovation waves reinvigorate economic growth and productivity globally? <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-2000-2022-section5-en-special-theme-global-innovation-index2022-15th-edition.pdf> Erişim Tarihi: 23 Eylül 2023.
- Goh, E., & Lee, C. (2018). A Workforce to Be Reckoned With: The Emerging Pivotal Generation Z Hospitality Workforce. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 20-28.
- Goldsmith, R.E. & Foxall, G.R. (2003). The measurement of innovativeness. In L.V. Shavinina (Eds.), *The International Handbook of Innovation* (321-329). Elsevier Science Ltd.
- Göker, A. (2000). Prodüktivite, inovasyon yeteneği ve teknoloji. MPM, *Rekabet Gücü, Teknoloji ve Verimlilik Tartışmalı Toplantı*, MPM, Ankara, 25.
- Görmez, A. B. (2021). Neoliberal Özne Olarak Z Kuşağı. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(2), 509-530.
- Mücevher, M. H. (2021). Bireysel kariyer planlamada öz tanıma aracı olarak SWOT analizi: Z kuşağı üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 12(31), 856-869.
- Yalçın Kayıkçı, M., & Kutluk Bozkurt, A. (2018). Dijital çağda z ve alpha kuşağı, yapay zekâ uygulamaları ve turizme yansımaları. *Sosyal Bilimler Metinleri*.
- Granados, M. (2015). Knowing what social enterprises know. In *5th EMES International Research Conference on Social Enterprises*.
- Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747.
- Gül, R. (2013). Bir Değer Eğitimi Olarak İlköğretim Döneminde Doğruluk Eğitimi (Master's thesis, Hitit Üniversitesi).
- Güleç Bekman, Ö., & Gündüz, Ş. (2022). Yöneticilerin Z Kuşağından Beklentileri ve Z Kuşağının İş Yaşamı Beklentileri. *International Journal of Management*.
- Gümüştekin, G., E. (2004). Bilgi yönetiminin stratejik önemi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18(3):201-211.
- Günay, D., & Çalık, A. (2019). İnovasyon, icat, teknoloji ve bilim kavramları üzerine. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 1-11.
- Günay, Ö. (2007). Kobi'lerde yenilik türlerinin analizi ve yenilik engellerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul*.
- Gündoğan, A. O. (2007). Ben ve Öteki: Değerler Dünyasının Gerginliği.
- Gündüz, M., & Aktepe, V. (2017). Sınıf Öğretmenlerinin Değer Öğretimine Yönelik Zihin Haritaları. *Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(2), 427-446.
- Gündüz, Ş., & Pekçetaş, T. (2018). Kuşaklar ve örgütsel sessizlik/seslilik. *İşletme Bilimi*

Dergisi, 6(1), 89-115.

Günlük Yaşamda Değerler”. *Journal of International Social Research*, 1(6), 167-181.

Hair, J. F., Black, W., Anderson, R., Babin, B. R., & Tahtam, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis With Readings*, London: Mcmillanbookcompany.

Tepe, S. A., & Zaim, H. (2016). TÜRKİYE VE DÜNYADA TEKNOPARK UYGULAMALARI: TEKNOPARK İSTANBUL ÖRNEĞİ. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(29), 19.

Hellevik, O., & Bjørklund, T. (1991). Opinion leadership and political extremism. *International Journal of Public Opinion Research*, 3, 157–181. doi:10.1093/ijpor/3.2.157

Helmick, R. G., & Peterson, R. L. (2001). *Forgiveness and reconciliation: Religion, public policy, and conflict transformation*. Philadelphia: Templeton Foundation Press.

Hii, J., & Neely, A. (2000). Innovative capacity of firms: On why some firms are more innovative than others. *7th International Annual EurOMA Conference 2000*, Ghent, Belgium, June 2000.

Hoang, C. C., & Ngoc, B. H. (2019). The Relationship between Innovation Capability and Firm's Performance in Electronic Companies, Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 6(3), 295-304. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2019.vol6.no3.295> Erişim Tarihi: 15.12.2023.

Hoffmann, S., & Soyeze, K. (2010). A Cognitive Model To Predict Domain-Specific Consumer Innovativeness. *Journal of Business Research*, 63, 778–785.

Hole, D., Zhong, L., & Schwartz, J. (2010). Talking about whose generation. *Deloitte review*, 6(1), 83-97.

Hurt, H. T., Joseph, K. ve Cook, C. D. (1977), “Scales for the measurement of innovativeness”, *Human Communication Research*, 4(1), 58-65.

Igel, C., & Urquhart, V. (2012). Generation Z, meet cooperative learning. *Middle School Individual Psychology*, 71(2), 103–113.

INSEAD Business School & World Intellectual Property Organization (WIPO). (2023). *The Global Innovation Index*. <https://www.wipo.int/publications/en/> Erişim Tarihi: 15.02.2023.

Isaacson, W. (2014). *The Innovators: How a Group of Hackers, Geniuses, and Geeks Created the Digital Revolution*. Simon & Schuster.

Işık, N. & Kılınç, E. C. (2011). Bölgesel Kalkınma’da Ar-Ge ve İnovasyonun Önemi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(2), 9-54.

Işıklar, C. Y. Z. E. (2023). *Teknolojik İnovasyon Uyumu İlişkisinde Yenilikçiliğin Aracı Etkisi*. (1. Basım). İstanbul: Yayınevi. ISBN: 978-625-398-290-4 (Basılı), E-ISBN: 978-625-398-291-1. Yayın No: 1481.

İsmailoğlu, A. G. S., & Yılmaz, A. G. H. (2019). Alfa Nesli Çocuklarının Sınıflarında Teknoloji Kullanımı. *ISPC 2019 Bildiri ve İyi Örnekler Tam Metin Kitabı*, 107.

Jaeger, H. (1985). “Generations in history: Reflections on controversial concept” *History and Theory*, 24, 273-292.

- Jankowska, B., Mińska-Struzik, E., Bartosik-Purgat, M., Götz, M., & Olejnik, I. (2023). Industry 4.0 technologies adoption: barriers and their impact on Polish companies' innovation performance. *European Planning Studies*, 31(5), 1029-1049.
- Jha, A. K. (2020). *Understanding generation alpha*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g> Erişim Tarihi: 12.02.2023.
- Johns Hopkins Halk Sağlığı Fakültesi. (n.d.). Robert W. Blum Profili. <https://publichealth.jhu.edu/faculty/1441/robert-w-blum> Erişim Tarihi: 22.02.2023.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (2016). *Yeni insan ve insanlar*. İstanbul: Evrim Yayınevi. ISBN: 9789755030029.
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453–460. doi:10.1016/j.bushor.2018.01.001
- Kalay, F. ve Kızıldere, C. (2015). “Türk İşletmelerinin İnovasyon Performansını Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma”. *ODÜ Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 5(13), 36-63.
- Kanter, RM. Innovation the classic traps. *Harvard Business Review*. 2006; 11:1-13.
- Kara, E. (2009). “Dini ve Psikolojik Açıdan Bağışlayıcılığın Terapötik Değeri”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt. 2, Say: 8, 221–229.
- Karabulut, B. (2021). *Örgüt içi ve örgütler arası dinamiklerin inovasyon yeteneğine etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaman, H. (2019). Nefret Suçlarının Psikososyal Dinamikleri. *V.TURKCESS International Congress of Education and Social Sciences*, İstanbul.
- Karaman, H. (2019). *Stratejik inovasyon yönelimi, inovasyon yetenekleri ve inovasyon performansı ilişkisi* (Master's thesis, Altınbaş Üniversitesi).
- Karatay, H. (2011). “Karakter Eğitiminde Edebi Eserlerin Kullanımı”, *Turkish Studies International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 6(1), 1398-1412.
- Karduz, F. F. A. (2019). *Affetme eğilimi kazandırmaya yönelik psiko-eğitim programının affetme eğilimi kazandırma ve beş faktör kişilik özellikleri üzerindeki etkisi* (Doctoral dissertation, Sakarya Üniversitesi (Turkey)).
- Kavak, A. B. (2020). Z kuşağı çalışanların çalışma değerlerinin belirlenmesine yönelik Ankara ilinde bir alan araştırması (Master's thesis).
- Kaya, M. (1995). Çağlar-üstü bir değer olarak ahlâk. *İslami Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 123-128.
- Kaymakcan, R., & Meydan, H. (2011). Din kültürü ve ahlak bilgisi programları ve öğretmenlerine göre değerler eğitimi. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 9(21), 29-55.
- Kaynak, (2017). "X, Y, Z Yetmez, Biraz da Alfa Olsun." *Mediacat*. <https://mediacat.com/x-y-z-yetmez-biraz-da-alfa-olsun/> Erişim Tarihi: 3.03.2023.
- Kazinguvu, N. (2016). Strategic innovation in management of small and medium-sized manufacturing companies in Rwanda. *East Africa research papers in business. Entrepreneurship and Management*, 1-14.

- Kesici, A. (2018). Lise öğrencilerinin sorumluluk düzeylerinin çeşitli değişkenlere göre incelenmesi. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38(3), 965-985.
- Kılıçer, K., & Odabaşı, H. F. (2010). Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38.
- Kırık, A. M., & Köyüstü, S. (2018). Z kuşağı konusunda yapılmış tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1497-1518.
- Kleinschmidt, E. J., & Cooper, R. G. (1991). The impact of product innovativeness on performance. *Journal of Product Innovation Management*, 8(4), 240-51.
- Kluckhohn, C. (2013). Values and value-orientations in the theory of action: An exploration in definition and classification. *In Toward a general theory of action* (388-433). Harvard University Press.
- Korucu, A., & Olpak, Y. (2015). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik özelliklerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama*, 5(1), 109-127.
- Kösterelioğlu, M. A., & Demir, F. (2014). Öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeyinin öğretmen liderliğine etkisi. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 26(1), 247-255.
- Kunt, O., & Sundu, M. (2021). Entelektüel sermayenin inovasyon yeteneğine etkisinde yönetim bilişim sistemleri memnuniyet düzeyinin rolü. *Research Journal of Business and Management - RJBm*, 8(1), 1-14. DOI: 10.17261/Pressacademia.2021.1389
- Kuran, E. (2021). *Z/Bir Kuşağı Anlamak*. Can Yayınları. ISBN: 9786257491563.
- Kurt, E. (2015). İş yaşamında bireysel değerler: bir vakıf üniversitesi meslek yüksek okulu örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim Ve Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 18-36.
- Kuyucu, M. (2014). Y Kuşağı ve Facebook: Y Kuşağının Facebook Kullanım Alışkanlıkları Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 55-83.
- Kymenlaakso, I.V., (2012). "Forgiveness as a leadership tool". *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 7(1), 432-445.
- Laforet, S. (2011). A framework of organizational innovation and outcomes in SMEs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(4), 380-408.
- Laužikas, M., & Dailydaitė, S. (2013). Benefits of social capital for sustainable innovation capabilities. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 2, 85-97.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). Developing innovation capability in organisations: A dynamic capabilities approach. *International Journal of Innovation Management*, 5(3), 377-400.
- Ledden, L., Kalafatis, S. P., & Samouel, P. (2007). The relationship between personal values and perceived value of education. *Journal of Business Research*, 60(9), 965-974.
- Levickaite, R. (2010). Generations X, Y, Z: How social networks form the concept of the world without borders (the case of Lithuania). *LIMES: Cultural Regionalistics*,

3(2), 170-183.

- Lin, R. J., Chen, R. H., Chiu, K. K. (2009). Customer Relationship Management And Innovation Capability: An Empirical Study, *Industrial Management & Data Systems*, 110(1), 111-133.
- Lower, J. (2008). Brace yourself here comes generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5), 26.
- Ma, J., Hu, Z., & Gocłowska, M. A. (2016). Cultural orientation in China: Differences across five generations of employees. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 44(4), 529-540.
- Lower, J. (2008). Brace yourself here comes generation Y. *Critical Care Nurse*, 28(5), 26.
- Manual, O. (2005). The measurement of scientific and technological activities. Proposed guidelines for collecting an interpreting technological innovation data, 30(162), 385-395.
- Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü* (Osman Akınhay ve Derya Kömürcü, Çev.). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Martin, C. A., & Tuglan, B. (2001). Managing Generation Y: *Global Citizens Born in the Late Seventies and Early Eighties*. Amherst, MA: HRD Press.
- Mason, W.H. and Wolfinger, N.H. (2001). *Cohort Analysis*. Los Angeles, CA: California Centre for Population Research, University of California, CCPR-005-01.
- Massey, M. (1979). *The People Puzzle: Understanding Yourself and Others*. Reston Publishing Company, Reston, VA.
- Mayer, D. M., Kuenzi, M., Greenbaum, R., Bardes, M., & Salvador, R. B. (2009). How low does ethical leadership flow? Test of a trickle-down model. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108(1), 1-13.
- McCrindle M. (2007). *Bridging the Gap: An Employers Guide to Managing and Retaining the New Generation of Apprentices and Trainees*. McCrindle Research, Sydney.
- McCrindle, M. (2006). *New Generations at Work: Attracting, Recruiting, Retaining and Training Generation Y. The ABC of XYZ*.
- McCrindle, M. (2021). *Generation Alpha*. Hachette UK.
- McCrindle. (2022, 25 Şubat). *Generation Alpha Defined*. <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-alpha/generation-alpha-defined/> Erişim Tarihi: 25.02.2022.
- McCullough, M. E., Everett L. Worthington Jr. (1999). "Religion and the forgiving personality". *Journal of Personality*, 67, 1141–1164.
- Meglino, R. M., & Ravlin, E. C. (1998). "Individual Values In Organizations: Concepts, Controversies and Research". *Journal of Management*, 24(3), 351, 39.
- Melenchuk, N. I. (2017). *Individual Psychological Peculiarities of Adventurousness According to Emotional Type*.
- Mitchell, D. A. (2008). "Generation Z: Striking the Balance: Healthy Doctors for a Healthy Community". *Australian Journal of General Practice*, 37(8), 665.
- Moore, K., & Frazier, R. S. (2017). *Engineering Education for Generation Z*. American

- Journal of Engineering Education (AJEE)*, 8(2), 111-126.
- Mothersbaugh, L. D., & Hawkins, I. D. (2016). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. McGraw-Hill. S:130.
- Murphy, E. F., Snow, W. A., Carson, P. (Phillips), ve Zıgarmı, D. (1997). “*Values, Sex Differences And Psychological Androgyny*”. *International Journal of Value-Based Management*, 10, 69-99.
- Mücevher, M. H., & Erdem, R. (2018). X kuşağı akademisyenler ile Y kuşağı öğrencilerin birbirlerine karşı algıları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 9(22), 60-74.
- Nagy, A., & Kölcsey, A. (2017). Generation Alpha. *Acta Technologies Dubnicae*, 7(1), 107–115.
- Narcizo, R. B., Canen, A. G., & Tammela, I. (2017). A conceptual framework to represent the theoretical domain of ‘innovation capability’ in organizations. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 13(1), 147-166. doi: 10.7341/20171316
- Nart, S., Güner, S., & Senem, N. A. R. T. (Yıl). Otomotiv sektöründeki inovasyon yeteneği kaynaklarının AHP ile değerlendirilmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 377-390.
- Nielsen, K. (2003). Social capital and innovation policy. *Network Institutional Theory Research Paper*, 10(03).
- Nordlund, A. M., & Garvill, J. (2003). Effects of values, problem awareness, and personal norm on willingness to reduce personal car use. *Journal of Environmental Psychology*, 23(4), 339-347.
- Nwachukwu, C., Chladkova, H., & Olatunji, F. (2018). Strategy formulation process and innovation performance nexus. *International Journal for Quality Research*, 12(1), 147-164.
- NWEA. (2017, 7 Temmuz). Meet Generation Alpha: 3 Things Educators Should Know. <https://www.nwea.org/blog/2017/meet-generation-alpha-3-things-educators-know/> Erişim Tarihi: 25.02.2022.
- Oblinger, D. E. D. U. C. A. U. S. E., Oblinger, J., Roberts, G., McNeely, B., Windham, C., Hartman, J., ... & Kvavik, R. (2005). *Educating the net generation* (Vol. 272). Brockport Bookshelf, Book.
- OECD-EUROSTAT. (2005). *Oslo Kılavuzu, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler*, (3.Baskı), (Çeviren: Tübitak). Paris: Oecd ve Eurostat Ortak Yayımı, 50-117.
- Oktay, A. S. (2007). İslam Düşüncesinde Ahlaki Değerler ve Bunların Global Ahlaka Etkileri. In Recep Kaymakcan ve diğerleri (Ed.), *Değerler ve Eğitimi Uluslararası Sempozyumu* (131-140). İstanbul: Demyayınları.
- Oxford Learner's Dictionaries. (2023, 2 Mart). *Generation*. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/generation?q=generation> Erişim Tarihi: 02.03.2023.
- Ozer, D. J., & Benet-Martinez, V. (2006). Personality and the prediction of consequential outcomes. *Annual Review of Psychology*, 57, 401–421.

- Ör n,  ., Orhan, D., Dönmez, P., & Kurt, A. A. (2015).  ğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri ve teknoloji tutum düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 65-76.
-  zdemir, A. A., & Demirci, A. E. (2012). Impact of Social Capital on Radical Innovation Efforts of the Organizations: A Case in the Aviation Industry/Sosyal Sermayenin Radikal Yenilik Girişimleri  zerindeki Etkisi: Havacılık Sektöründe Bir Vaka  alışması. *Ege Akademik Bakış*, 12(1), 55.
-  zdemir, B., & şahin, A. (2021). Kişisel Değerlerin Restoran Seğimine Etkisi: Dışarıda Yemek Yeme Motivasyonlarının Aracılık Rolü. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(63), 1256-1281.
-  zdemir, N. (2018). Geleneksel bilgi ve kültür ekonomisi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 18(1), 1-28.
-  zen, Y. (2015). *Sorumluluk Eğitimi*. Ankara: Vize Yayıncılık. ISBN: 978-605-4551-95-8.
- Özgür,  ., Orhan, D., Dönmez, P., & Kurt, A. A. (2015). Öğretmen adaylarının bireysel yenilikçilik profilleri ve teknoloji tutum düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(1), 65-76.
- Özsoy, S. A., & Vatan, F. (2007). Bir Yüksekokul  alışanlarının Kişisel Değerlerinin İncelenmesi. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 23(2), 1-11.
- Öztürk, E. (2006). Çoklu Doğrusal Regresyon Modeli. In şeref Kalaycı (Ed.), *SPSS Uygulamalı  ok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde* (259-269). Ankara: Asil.
- Öztürk, E. (2014). Sosyal ağlar ve e-paylaşım: Kalitatif bir analiz. *Journal of Yasar University*, 9(36), 6261-6380.
- Öztürk, N. (2005). Bulgaristan ve Türkiye'deki okul müdürlerinin yöneticilik ve liderlik davranışları (Sofya ve İstanbul illeri  rneği).
- Parks-Leduc, L., Feldman, G., & Bardi, A. (2014). Personality Traits and Personal Values. *Personality and Social Psychology Review*, 19(1), 3-29. doi:10.1177/1088868314538548
- Parlar, H., & Cansoy, R. (2016). Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine yönelik tutumlarının bir yordayıcısı olarak bireysel değerler. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 44(44), 125-142.
- Parry, E., & Urwin, P. (2011). Generational differences in work values: A review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13(1), 79-96.
- Patalano, C. (2008). *A Study of the Relationship Between Generational Group Identification and Organizational Commitment: Generation X vs. Generation Y*, Unpublished Doctoral Thesis. H. Wayne Huizengo School of Business & Entrepreneurship Nova Southeastern University.
- Pennycook, G., Cheyne, J. A., Seli, P., Koehler, D. J., & Fugelsang, J. A. (2012). Analytic cognitive style predicts religious and paranormal belief. *Cognition*, 123(3), 335-346.
- Pippel, G. (2014). R&D Cooperation For Non-Technological Innovations. *Economics of Innovation and New Technology*, 23(7), 611-630.

- Pitts, R. E., Canty, A. L., & Tsalikis, J. (1985). Exploring the impact of personal values on socially oriented communications. *Psychology & Marketing*, 2(4), 267-278.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93.
- Rassin, M. (2008). Nurses' Professional and Personal Values. *Nursing Ethics*, 15(5), 614-630. doi:10.1177/0969733008092870
- Rest, J. R. (1986). *Moral Development: Advances in Research and Theory*.
- Roccas, S., & Sagiv, L. (2010). Personal values and behavior: Taking the cultural context into account. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(1), 30-41.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz, S. H., & Knafo, A. (2002). The big five personality factors and personal values. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(6), 789-801.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 432-448). Routledge.
- Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.
- Roy, A. (2003). Factor analysis and initial validation of the personal values inventory. (Yayımlanmamış doktora tezi). Tennessee State University, ABD.
- Ryan, K. (1993). *Mining the values in the curriculum*. *Educational Leadership*, 51(3), 16-18. <https://www.ascd.org/el/articles/mining-the-values-in-the-curriculum> Erişim tarihi: 12 Kasım 2023.
- Sabuncu, B. (2014). KOBİ'lerde yenilik ve engellerinin tespitine yönelik bir araştırma: Denizli örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 103-123.
- Sandeen, C. (2008). Boomers, Xers, and Millennials: Who Are They and What Do They Really Want from Continuing Higher Education?. *Continuing Higher Education Review*, 72, 11-31.
- Sarı, E. (2014). "Affetmenin kendini gerçekleştirme üzerindeki etkileri". *İlköğretim Online, Cilt. 13, Sayı: 4*, 1493-1501.
- Saunila, M. (2014). Innovation Capability for SME Success: Perspectives of Financial and Operational Performance, *Journal of Advances in Management Research*, 11(2), 163-175.
- Saunila, M., & Ukko, J. (2014). Intangible aspects of innovation capability in SMEs: Impacts of size and industry. *Journal of Engineering and Technology Management*, 33, 32-46.
- Sayın, B. (2019). *İnovasyon kültürü ile örgüt içi girişimcilik etkileşiminin inovasyon yeteneği üzerine etkisi*.
- Scarzauskaite, M. (2013). *Entrepreneurship, Innovation and Creativity*, <https://www.slideshare.net/monikaskarzauskaite/lecturers-presentation-entrepreneurship-innovation-creativity> Erişim Tarihi: 27.08.2023.
- Schultz, P. W. (2001). The structure of environmental concern: Concern for self, other people, and the biosphere. *Journal of Environmental Psychology*, 21(4), 327-339.
- Schwartz, S. (1996). Values priorities and behavior: Applying a theory of integrated

- values systems. C. Seligman Etc. (Eds) *Psychology of Value: Ontario Symposium*, 1-24. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schwartz, S. H. (2011). Values: Cultural and individual. In F. J. R. van de Vijver, A. Chasiotis, & S. M. Breugelmans (Eds.), *Fundamental questions in cross-cultural psychology* (pp. 463–493). Cambridge University Press.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z Goes to College*. San Francisco, CA: JosseyBass.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2017). Generation Z: Educating and Engaging the Next Generation of Students. *About Campus*, 22(3), 21-26.
- Selim, F. (2022). Dürüstlük ve yalancılık üzerine: dünü, bugünü ve felsefi incelenmesi. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 703-719.
- Seyyar, A. (2007). *İnsan ve Toplum Bilimleri Terimleri Ansiklopedik Sosyal Bilimler Sözlüğü*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Sezer, A., Çoban, O., & Akşit, İ. (2017). Öğretmenlerin sorumluluk değeri algılarının incelenmesi. *Uşak Üniversitesi Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 122-144.
- Shah, D. V., & Scheufele, D. A. (2006). Explicating Opinion Leadership: Nonpolitical Dispositions, Information Consumption, and Civic Participation. *Political Communication*, 23(1), 1–22. doi:10.1080/10584600500476932
- Sheldon, K. M., & Gunz, A. (2009). Psychological needs as basic motives, not just experiential requirements. *Journal of Personality*, 77(5), 1467-1492.
- Shu, L. L., Gino, F., & Bazerman, M. H. (2011). Dishonest deed, clear conscience: When cheating leads to moral disengagement and motivated forgetting. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(3), 330-349.
- Solaja, O. M., & Ogunola, A. A. (2016). Leadership style and multigenerational workforce: A call for workplace agility in Nigerian public organizations. *Leadership*, 21(01), 46-56.
- Southgate, D. (2017). The emergence of Generation Z and its impact in advertising: Long-term implications for media planning and creative development. *Journal of Advertising Research*, 57(2), 227-235.
- Sözlük.gov.tr. (2023, 2 Mart). <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 02.03.2023.
- Spilka, B., Hood, R. W., & Gorsuch, R. L. (1985). *The Psychology of Religion: An Empirical Approach*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Sprague, C. (2008). The Silent Generation Meets Generation Y: How to Manage a Four-Generation Workforce with Panache. *Talent Strategy, Human Capital Institute White Paper*, 1-15.
- Steg, L., & De Groot, J. I. M. (2012). Environmental values. In S. Clayton (Ed.), *The Oxford Handbook of Environmental and Conservation Psychology* (81-92). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199733026.013.0005>
- Suderman, J. (2016). Generation Alpha: Marketing or Science. *Acta Educationis*

Generalis, 7 (1), 107–115.

- Şahan, E. (2011). İlköğretim 5. ve 8. sınıf ders programlarındaki sorumluluk eğitime dönük kazanımların gerçekleşme düzeyleri (Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Şahbaz, A. (2017). İnovasyon ve girişimcilik kavramlarının karşılıklı etkileşimi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 20-38.
- Şahbaz, A., & Tanyeri, M. (2018). Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde inovasyona yönelik tutumlar ve inovasyon engelleri: Çanakkale ilinde KOBİ'ler üzerine bir araştırma. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(2), 233-263.
- Şahinli, M. A., & Kılıç, E. (2013). İnovasyon ve inovasyon göstergeleri: AB ülkeleri ve Türkiye karşılaştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 329-356.
- Şener, E., & Çetinkaya, F. F. (2015). Bir liderlik özelliği olarak affetme ve örgütsel düzeyde etkileri üzerine bir inceleme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(4), 24-42.
- Şimşek, G., & Giray, R. (2022). Ulusal Yenilik Sistemi Perspektifiyle İnovasyon Türlerinin İncelenmesi. *International Journal of Social Sciences*, 19.
- Şişman, S. (2008). *Sigara kullanımı: Klinik sunum ve nöropsikolojik performans profili*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2001). *Using Multivariate Statistics* (4th Ed.). Boston: Allyn&Bacon.
- Tahiroğlu, M., & Çetin, T. (2012). İlköğretim 4. Sınıf Sosyal Bilgiler Dersinde Sağlıklı Olmaya Önem Verme Değerinin Öğretimine İlişkin Öğrenci Tutumları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(2), 1633-1651.
- Talmon, G. A. (2019). Generation Z: What's Next?. *Medical Science Educator*, 29(Suppl 1), 9-11.
- Tang, F. (2019). A critical review of research on the work-related attitudes of Generation Z in China. *Social Psychology and Society*, 10(2), 19-28.
- Tarhan, N. (2019). *Değerler Eğitimi ve İnsan*. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Tarhan, U. (2016, 2 Temmuz). Alfa Kuşağı: Dijital Çağın Çocukları. <https://www.ufuktarhan.com/makale/alfa-kusagi-dijital-cagin-cocuklari-futurist-ufuk-tarhan-trt-vizyon-icin-yanitladi> Erişim Tarihi: 25.02.2022.
- Tarhan, U. (2023). *T-insan*. Ceres Yayınları. (41.baskı)
- Taş, H. Y., & Kaçar, S. (2019). X, Y ve Z Kuşağı Çalışanlarının Yönetim Tarzları ve Bir İşletme Örneği. *OPUS International Journal of Society Researches*, 11(18), 643-675.
- Tekin, Z., & Akyol, A. (2019). *The Effects of Knowledge and Innovation Management Processes on Innovation Capability and New Product Development Success I. Business & Management Studies: An International Journal*.
- Tenbrunsel, A. E., & Messick, D. M. (2004). Ethical Fading: The Role of Self-Deception in Unethical Behavior. *Social Justice Research*, 17, 223-236.
- Terziovski, M. (2007). *Building innovation capability in organizations: An international*

- cross-case perspective* (Vol. 13). *World Scientific*.
- Tezcan, M. (1991). *Sosyolojiye Giriş*. Ankara: Gelişim Yayınevi.
- Thijssen, S. V., Jacobs, M. J., Swart, R. R., Heising, L., Ou, C. X., & Roumen, C. (2023). *The barriers and facilitators of radical innovation implementation in secondary healthcare: a systematic review*. *Journal of Health Organization and Management*, 37(3), 289-312.
- Thompson, J. B. (2000). *The media and modernity*. Polity Press, Blackwell Publishers Ltd.
- Torvinen, H., & Jansson, K. (2023). Public health care innovation lab tackling the barriers of public sector innovation. *Public Management Review*, 25(8), 1539-1561.
- Totterdell, P., Leach, D., Birdi, K., Clegg, C., ve Wall, T. (2002), "An investigation of the contents and consequences of major organizational innovations", *International Journal of Innovation Management*, 6(4), 343-368.
- Tozlu, N. (2022). Öğrenci ve Öğretmen Yetiştirme Sürecinde Kuşak Sorunu ve Kalite/Gelişim Üzerine İnceleme. *Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi*, 17(34), 720-735.
- Treviño, L. K., Weaver, G. R., & Reynolds, S. J. (2006). Behavioral Ethics in Organizations: A Review. *Journal of Management*, 32(6), 951-990.
- TRT Vizyon. (2019, Şubat). TRT Vizyon Şubat 2019. <https://www.trt.net.tr/vizyondergisi/trt-vizyon-subat-2019/#vizyonsubat2019/page1> Erişim Tarihi: 25.02.2022.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and social interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Türk Dil Kurumu. (2023). İnovasyon. [Online]. <https://sozluk.gov.tr> Erişim tarihi: 12 Kasım 2023.
- Türk Dil Kurumu. (2023). Kuşak. <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 18 Şubat 2023.
- Türkmen, M., Aynaoglu, Y., (2017). Küresel Rekabet Endeksi Gösterelerinin Küresel İnovasyon Endeksi Üzerine Etkisi, *Business Managment Studies: An International Journal*, Vol:5 Issue: 4, p: 257-282.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—And Completely Unprepared for Adulthood*.
- USA Today. (2021, 25 Aralık). Desmond Tutu: Güney Afrikalı aktivist, 90 yaşında hayatını kaybetti. <https://www.usatoday.com/story/news/2021/12/25/desmond-tutu-south-african-activist-dies-90/9018472002/> Erişim tarihi: 12 Kasım 2023
- Uyguç, N. (2003). Cinsiyet, bireysel değerler ve meslek seçimi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 93-104.
- Uzun, F. (2022). Eğitimde Etik ve Ahlaki Değerlerin Artan Önemi. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(31), 91-105.
- Ülkeler Listesi." Wikipedia. URL: https://tr.wikipedia.org/wiki/%C3%9C%C3%9Ckeler_listesi#:~:text=Birle%C5%9Fmi%C5%9F%20Milletler'in%20kay%C4%B1tlar%C4%B1na%20g%C3%B6re,devleti%20ve%20di%C4%9Fer%2011%20devlet Erişim tarihi: 9 Kasım 2023.

- Ünlü, İ. (2019). İlkokul öğrencilerinin değer yönelimlerinin ahlaki ikilem hikâyeleriyle incelenmesi: sorumluluk değeri örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(1), 265-287.
- Vernon, P. E., & Allport, G. W. (1931). A test for personal values. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 26(3), 231.
- Vinson, D. E., Scott, J. E., & Lamont, L. M. (1977). The Role of Personal Values in Marketing and Consumer Behavior. *Journal of Marketing*, 41(2), 44-50. doi:10.1177/00222429770410021510.1177/002224297704100215
- Vu, H. M. (2020). A review of dynamic capabilities, innovation capabilities, entrepreneurial capabilities and their consequences. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(8), 485-494.
- Weingarten, R. M. (2009). Four generations, one workplace: A Gen XY staff nurse's view of team building in the emergency department. *Journal of Emergency Nursing*, 35(1), 27-30.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1990). Innovation and creativity at work: Psychological and organisational strategies. NY: John Wiley & Sons, 265-267.
- Wiedmer, T. (2015). Generations do differ: Best practices in leading Traditionalists, Boomers, and Generations X, Y, and Z. *Delta Kappa Gamma*, 82(1), 51-58.
- Wijekoon, A., & Galahitiyawe, N. (2015). Innovativeness of Sri Lankan IT firms: The roles of knowledge management and dynamic innovation capabilities. *12th International Conference on Business Management (ICBM) 2015*. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2699756>.
- Williams, K. C., Page, R. A., Petrosky, A. R., ve Hernandez, E. H. (2010). Multi-Generational Marketing: Descriptions, Characteristics, Lifestyles, and Attitudes. *Journal Of Applied Business And Economics*, 11(2), 1-17.
- Worthington Jr, E. L., Berry, J. W., Hook, J. N., Davis, D. E., Scherer, M., Griffin, B. J., ... & Campana, K. L. (2015). Forgiveness-reconciliation and communication-conflict-resolution interventions versus retested controls in early married couples. *Journal of Counseling Psychology*, 62(1), 14.
- Wu, X., & Sivalogathan, V. (2013). Innovation capability for better performance: Intellectual capital and organization performance of the apparel industry in Sri Lanka. *Journal of Advanced Management Science*, 1(3), 273-277. doi:10.12720/joams.1.3.273-277
- Yalın, A., & Yılmaz, Y. (2018). Değerler eğitimi kavramı olarak dürüstlük ve dürüstlük ölçeği (DÖ) Türkçe formu: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Hitit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17(34), 649-666.
- Yam, R. C. M., Lo, W., Tang, E. P. Y. ve Lau, A. K. W. (2011). Analysis of Sources of Innovation, Technological Innovation Capabilities, and Performance: An Empirical Study of Hong Kong Manufacturing Industries, *Research Policy*, 40, 391-402.
- Yang, C., Zhang, Q., & Ding, S. (2015). An evaluation method for innovation capability based on uncertain linguistic variables. *Applied Mathematics and Computation*, 256, 160-174. doi:10.1016/j.amc.2014.12.154
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik özellikleri ve iş performansı arasındaki ilişkinin incelenmesi.

- ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 8(2), 196-217.
- Yeşil, R. (2014). İlköğretim okullarında görev yapan öğretmenlerin sorumluluk eğitimi stratejilerinin incelenmesi.
- Yılmaz, K. (2013). Üniversite öğrencilerinin dini yönelimleri ile bireysel değerleri arasındaki ilişki. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(29), 129-146.
- Yülek, L. (2020). İnovasyon ve Bölgesel Kalkınma Sürecinde Teknoparkların Rolü ve Önemi. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(1), 127-143.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (2013). *Generations at Work: Managing the Clash of Boomers, Gen Xers, and Gen Yers in the Workplace*. Amacom.



9. EKLER

9.1. EK1: ÇALIŞMA ANKETİ

KİŞİSEL DEĞERLER ANKETİ

Sayın Katılımcı, bu anket kişisel değerler ve inovasyon yeteneği arasındaki ilişkinin z kuşağı üzerinde incelenmesi üzerine hazırlanmıştır. Ankette yer alan sorulara doğru ve samimi cevaplar vermeniz araştırmanın güvenilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Verdiğiniz bilgiler araştırmanın amacı dışında kullanılmayacaktır. Anket yalnızca 5 dakikanızı alacaktır. Bu araştırmaya yapacağınız katkılardan dolayı şimdiden teşekkür ederim.

Songül Özkan

Düzce Üniversitesi

NOT: Aşağıdaki 1' den 5' e kadar numaralanmış ölçekteki ifadelere katılım derecenizi belirtmek için size uygun olan kutucuğa X işareti koyunuz.

1=Beni Hiç Tanımlamaz ... 5=Beni Her Zaman Tanımlar'ı ifade etmektedir.

1. Özgür ruhlu olmakla kendini kontrol edebilmek arasında denge kurabilirim.	1	2	3	4	5
2. İşimi yaparken hep doğru yolları/süreçleri takip ederim.	1	2	3	4	5
3. Yaptığım işte daima kaliteli sonuçlar elde etmek isterim.	1	2	3	4	5
4. Kendimi disiplinli biri olarak görüyorum.	1	2	3	4	5
5. Birlikte çalıştığım insanlara saygı duyarım.	1	2	3	4	5
6. Ortak görevlerde üzerime düşen pay ne ise onu adilce yaparım.	1	2	3	4	5
7. İnandığım ve benim davranışlarımı yönlendiren değerlerim vardır.	1	2	3	4	5
8. İşlerimi yapmak için kendimi adarım.	1	2	3	4	5
9. İnsanlar bana güvenir.	1	2	3	4	5
10. Gelecekte erişmek istediğim hedeflerim vardır.	1	2	3	4	5
11. İnsanların itimat ettiği biriymişimdir.	1	2	3	4	5
12. Güvenilir biriymim.	1	2	3	4	5
13. Şu anda ulaşmaya çalıştığım amaçlarım vardır.	1	2	3	4	5
14. Bir işi yaparken, o işi yaptığım ortam kaliteli ise kendimi o işe adarım.	1	2	3	4	5
15. Kendimi sadık bir kişi olarak tanımlarım.	1	2	3	4	5
16. Bir görev verildiğinde, onu verenin memnun olmasını sağlamak için kendimi adarım.	1	2	3	4	5
17. Affedebilir ve unutabilirim.	1	2	3	4	5
18. Hata yapan insanları affedebilirim.	1	2	3	4	5
19. Biri benim duygularımı incittiğinde affedebilirim.	1	2	3	4	5
20. Geçmişte bana yanlış davranmış birini affedebilirim.	1	2	3	4	5

21. Kin tutarım.	1	2	3	4	5
22. "Özür dilerim" demek benim için kolaydır.	1	2	3	4	5
23. Başkalarına güvenmenin eski moda olduğunu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
24. Geçmiş deneyimlerimden dolayı konuşmayacağım insanlar vardır.	1	2	3	4	5
25. Diğer insanlara güvenmek konusunda şüpheliyimdir.	1	2	3	4	5
26. Hiç kimseye güvenemem.	1	2	3	4	5
27. Bir şeyi yapacağını söyleyip de yapmayan insanları affedebilirim.	1	2	3	4	5
28. Diğer insanların fikirlerini dinlemektense kendimi onlarla karşı karşıya kalmış buluyorum.	1	2	3	4	5
29. Sonuçları ne olursa olsun doğrulardan yanayım.	1	2	3	4	5
30. Özür dilemek bana göre değildir.	1	2	3	4	5
31. Dürüstlük benim için en üstün önceliğe sahiptir.	1	2	3	4	5
32. Sözüm senedir.	1	2	3	4	5
33. Paylaşmacı biriyimdir.	1	2	3	4	5
34. Dürüstlük ve doğruluk başarıyla ilişkilidir.	1	2	3	4	5
35. Dürüstlüğün işe yaradığını düşünürüm.	1	2	3	4	5
36. Kendimi dürüst biri olarak görürüm.	1	2	3	4	5
37. Birlikte çalıştığım insanların yorumlarını saldırgan bulursam onlara nasıl hissettiğimi söylerim.	1	2	3	4	5
38. Kendi hatalarım hakkında dürüst olabilirim.	1	2	3	4	5
39. Bir hata yaptığımda hatamı kabul ederim.	1	2	3	4	5
40. Dürüstçe fikirlerimi ifade ederim.	1	2	3	4	5
41. Aile dışındaki kişilerle dürüstçe birliktelik sağlamak gerekli değildir (Ev dışında dürüstlük ve bütünlük sağlamak gerekli değildir.).	1	2	3	4	5
42. Başkalarının bakış açılarına saygı duyarım.	1	2	3	4	5
43. Bence özür dilemek zayıflık işaretidir.	1	2	3	4	5
44. Biriyle paylaşımda bulununca kendimi iyi hissedirim.	1	2	3	4	5
45. Diğer insanların sonuçlara olan katkısına saygı duyarım.	1	2	3	4	5
46. Kendimi tümüyle iyi hissetmemde paylaşmanın yeri büyüktür.	1	2	3	4	5
47. Bence paylaşmak iyi ve sağlıklı bir ilişkinin temelidir.	1	2	3	4	5

BİREYSEL İNOVASYON YETENEĞİ ANKETİ

NOT: Aşağıdaki 1' den 5' e kadar numaralanmış ölçekteki ifadelere katılım derecenizi belirtmek için size uygun olan kutucuğa X işareti koyunuz.

1=Kesinlikle Katılmıyorum ... 5=Kesinlikle Katılıyorum'u ifade etmektedir.

1. Yakın çevrem sık sık bana akıl danışır ya da bilgime başvurur.	1	2	3	4	5
2. Akran grubumun etkili bir üyesi olduğumu düşünüyorum.	1	2	3	4	5
3. Düşünce ve davranış olarak özgün olduğumu düşünürüm.	1	2	3	4	5
4. Yaratıcı bir kişiliğe sahibim.	1	2	3	4	5
5. Ait olduğum grubun liderlik sorumluluklarını üstlenmekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5
6. Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.	1	2	3	4	5

7. Bir şeyler yapmanın yeni yollarını ararım.	1	2	3	4	5
8. Bir sorun için bariz bir çözüm bulunmadığında çoğu kez doğaçlama yöntemler bulurum.	1	2	3	4	5
9. Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı ilham verici bulurum.	1	2	3	4	5
10. Yeni fikirlere açığım.	1	2	3	4	5
11. Yeni fikirleri kabullenmekte genellikle ihtiyatlıyım.	1	2	3	4	5
12. Yeni icatlara ve yeni düşünme tarzlarına şüphe ile yaklaşırım.	1	2	3	4	5
13. Yeni fikirlere çevremdeki insanların büyük çoğunluğunun kabul ettiğini görmeden nadiren güvenirim.	1	2	3	4	5
14. Akran grubum içinde genellikle yeni bir şeyi en son kabul edenlerden biri olduğumun farkındayım.	1	2	3	4	5
15. Çevremdeki insanlarda işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını benimsemekte isteksiz davranırım.	1	2	3	4	5
16. Eski alışkanlıklarla yaşamamın ve iş yapmamın en iyi yol olduğu kanaatindeyim.	1	2	3	4	5
17. Yenilikleri kullanmadan önce başka insanların kullandığını görmeliyim.	1	2	3	4	5
18. Çoğu kez kendimi yeni fikirlere karşı kuşkucu bulurum.	1	2	3	4	5
19. Belirsizliklerle ve çözülmemiş problemlerle uğraşmayı severim.	1	2	3	4	5
20. Cevaplanmamış sorularla uğraşmayı severim.	1	2	3	4	5

Cinsiyet: ☐ Kadın ☐ Erkek

Doğum Tarihiniz:

Yaşadığınız yer: ☐ Köy ve Belde ☐ İlçe ☐ İl

Annenizin Eğitim Durumu: ☐ İlkokul ve okuryazar ☐ Lise ☐ Üniversite

Annenizin Çalışma Durumu: ☐ Çalışmıyor ☐ Özel Sektör Çalışanı ☐ Kendi İş ☐ Kamu Çalışanı ☐ Emekli

Babanızın Eğitim Durumu: ☐ İlkokul ve okuryazar ☐ Lise ☐ Üniversite

Babanızın Çalışma Durumu: ☐ Çalışmıyor ☐ Özel Sektör Çalışanı ☐ Kendi İş ☐ Kamu Çalışanı ☐ Emekli

Kardeş Sayınız: ☐ 1 ve Yok ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ve üzeri

Kardeşler Arasındaki Sıranız: ☐ İlk ☐ Ortada ☐ Son

Kiminle Yaşıyorsunuz: ☐ Çekirdek Aile (Anne, Baba ve Kardeşler) ☐ Geniş Aile (Anne, Baba, Kardeşler, Büyükbaba, Büyükanne...) ☐ Yalnız

9.2. EK2: ETİK KURUL ONAYI

Evrak Tarih ve Sayısı: 02.01.2023-247270

T.C.
DÜZCE ÜNİVERSİTESİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA VE YAYIN ETİK KURULU KARARLARI

TOPLANTI SAYISI
14

KARAR SAYISI
2022/479

KARAR TARİHİ
29.12.2022

KARAR NO: 2022/479

Düzce Üniversitesi Girişimcilik Anabilim Dalı, tezli yüksek lisans programı öğrencisi Songül ÖZKAN'ın "**Kişisel Değerler ve İnovasyon Yeteneği Arasındaki İlişki: Z Kuşağı Üzerinde Bir Araştırma**" başlıklı çalışması Etik Kurulumuzca incelenmiş olup, ilgili çalışmanın araştırma protokolüne uyulması ve etik onay tarihinden itibaren geçerli olmak koşulu ile uygulanmasının etik açıdan uygun olduğuna;

Oy birliği ile karar verildi.

Bu belge,güvenli elektronik imza ile imzalanmıştır.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Songül ÖZKAN

Yabancı Dili : İngilizce

ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Alan	Okul/Üniversite	Mezuniyet Yılı
Y. Lisans	Girişimcilik	Düzce Üniversitesi	2024
Lisans	Uluslararası Ticaret	Düzce Üniversitesi	2021
Lise	Web Programcılığı	Mevlâna Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi	2015

YAYINLAR

KÜÇÜKDURSUN, B., ÖZKAN, T. S., ŞAHİN, S., DOĞAN, B., & BOZKURT, Ö. (2022). Çalışanların Teknolojik Stres Algılarının Bireysel İş Performansına Etkisinin İncelenmesi: Düzce İli Tekstil Sektörü Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası İşletme Bilimi ve Uygulamaları Dergisi*, 2(1), 17-34.