

Makale Bilgisi/Article Info

Geliş/Received: 18.09.2020 Kabul/Accepted: 06.01.2021

Araştırma Makalesi/Research Article, s./pp. 251-267

X VE Y KUŞAĞI ÖĞRETMENLERİN KULLANDIKLARI MOTİVASYON TÜR VE ARAÇLARIⁱ

Merve ÜSTÜNⁱⁱ, Ali TAŞⁱⁱⁱ

Öz

Bu çalışmanın amacı X ve Y kuşağındaki öğretmenlerin Z kuşağındaki öğrencilerini motive ederken kullandıkları motivasyon araç ve türlerini belirlemektir. Araştırmanın çalışma grubu, Kırıkkale il merkezindeki 30 ortaokul öğretmeninden oluşturmaktadır. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Veriler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Öğretmenlerin kuşak farkı olmaksızın çoğunlukla motivasyon türü olarak sosyal motivasyonu, motivasyon aracı olarak da psiko-sosyal motivasyon araçları ile örgütsel ve yönetsel motivasyon araçlarını tercih ettiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kuşak, Motivasyon, Motivasyon Türleri, Motivasyon Araçları.

Motivation Types and Tools That X and Y Generation Teachers Uses

Abstract

The aim of this study is to identify the motivation tools and types used by teachers in the X and Y generations while motivating their students in the Z generation. The study group of the research consists of 30 teachers from the secondary schools in the city center of Kırıkkale. The data were collected by using a semi-structured interview form. The data were analyzed by the content analysis method. It is concluded that teachers mostly prefer social motivation as a type of motivation and psycho-social motivation tools as well as organizational and managerial motivation tools without generational differences.

Keywords: Generation, Motivation, Motivation Types, Motivation Tools.

ⁱ Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

ⁱⁱ İngilizce Öğretmeni. merveustun93@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-6218-8059

ⁱⁱⁱ Prof. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Eğitim Bilimleri Bölümü. atas865@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-3344-3911

Giriş

İnsanın var oluşundan günümüze geçen milyarlarca yıl boyunca dönemleri etkileyen önemli olaylar gerçekleşmiştir. Dönem içerisinde yaşanan önemli siyasi, ekonomik, kültürel, eğitimsel, sosyal, politik vs. olaylar bireyleri yaklaşık olarak aynı şekilde etkilemiştir. Böylece aynı dönem içerisinde doğan bireylerin yaşanan olaylara, dünyaya ve kendilerine bakış açıları benzerlik göstermektedir. Bu durum ise kuşak kavramının varlığına işaret etmektedir. Kuşak kavramının tarihi süreci yazılı kaynaklar bakımından araştırıldığında, kimi bilim dallarında kuramın Antik Yunan'a, kimisinde ise Eski Mısır Uygarlığına kadar uzandığı görülmektedir (Joshi, Dencker, and Franz, 2011, Akt. Adıgüzel, Batur ve Ekşili, 2014). Kuşak kavramı ilk olarak Alman Sosyolog Karl Manheim'in 1928 yılında Bilgi Sosyolojisi kitabında ve günümüz kuşaklarını içine alan sınıflandırma ve tartışmalar Strauss ve Howe(1991) tarafından yayımlanan kitapla literatürde yerini almıştır. Böylece bireyleri ait oldukları kuşaklara göre tasnifleyerek sosyal, kültürel, iş ve daha başka birçok alanda bakış açılarının ortalama durumu tespit edilebilmektedir.

Değişen yaşam koşulları özellikle iş yaşamında bireyleri oldukça çok etkilemektedir. Kişilerin verimliliğini arttırmak, örgüte bağlılıklarını sağlamak ve istenilen yönde adımlarını sağlamak adına işverenlerin ve iş görenlerin motivasyona ihtiyaçları vardır. Türkçedeki karşılığı güdülenmenin İngilizce karşılığı olarak verilen "motivasyon" kelimesi, Latince "mot" kökünden türemiş olup hareket etme harekete geçirme anlamına gelir ve psikoloji biliminde "içsel itici güçlerle kasti bir amaca doğru yönelen davranışlar" olarak kabul edilir (Keser,2006). Bu güç bireyin kişisel özellikleri ve ait oldukları kuşak özellikleri incelenerek doğru yönlendirilebilir ve istenilen verime bu sayede ulaşılır.

Kuşakların birbirinden bu denli farklılaşması istek ve ihtiyaçlarının giderilmesinde de farklı yöntemlere başvurulmasını gerektirmektedir. Günümüzde iş yaşamında örgütünde iş sürdürülebilirliği, verim ve bağlılığı sağlamak isteyen işverenin çalışanların bireysel ve kuşak özelliklerini göz önünde bulundurması ilk koşul durumuna gelmiştir. Ufak işletmelerde işveren çalışan ilişkisi daha kolay sağlandığından bireysel özellikler kolay anlaşılabilir ancak büyük işletmelerde bu durum işveren açısından oldukça zordur. Burada çalışanların toplu olarak anlaşılmasını kolaylaştıran en önemli etken kuşakları ve belirgin özellikleridir.

İşletmeler üzerinde birçok araştırması yapılan bu konunun okul iklimi üzerinde büyük bir boşluk içerdiği görülmüştür. Literatürde öğretmen, öğrenci veya yönetici motivasyonları üzerinde çalışmalar bulunmaktadır. Ancak kuşaklar üzerinde yapılan herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bünyesinde en çok birey barındıran kurumlardan biri olan Milli Eğitim Bakanlığı kişilerin ilgi ve ihtiyaçlarına bireysel ilgilenemeyeceği için kuşakların motivasyon tür ve araçlarıyla kitlelere ulaşarak verimi artırabilecektir. Bu amaç doğrultusunda, 2019-2020 eğitim öğretim yılında sistemde bulunan bireylerin kuşakları incelendiğinde ilkokul, ortaokul ve ortaöğretim kurumlarının genelinde sessiz, X ve Y kuşağı olan öğretmen ve yöneticilerin ve bu üç kademedeki sadece Z kuşağı öğrencinin varlığı bilinmektedir. Farklı kuşak öğretmenlerin aynı kuşak öğrenciye hitap ettiği bilinmektedir.

Tüm bu bilgiler ışığında bu araştırmada X ve Y kuşağı bireyi öğretmenlerin kuşaklarına göre öğrencilere uyguladıkları motivasyon türleri ve araçları incelenmiştir.

Kuşaklar

Günümüzde kuşak tanımı ve sınıflandırılması birçok farklı araştırmanın konusu olmaktadır. Farklı disiplinler arası araştırmalara konu olan kuşakların sınıflandırılması ve kuşak tanımının ifade edilişi kültürden kültüre değişiklik göstermektedir. Konu ile ilgili literatür taraması yapıp farklı kaynaklar incelendiğinde kuşaklarla alakalı belirgin tarih aralıkları ve kuşakların birbirlerinden ayrılan karakteristik özelliklerinin aynı olmadığı sonucuna varılır. Kimi yerlerde kuşaklar içerisinde belirli tarih aralıklarında da farklılıklar gözlenmiştir.

Tablo1. Literatürde yer alan kuşak sınıflandırmaları (Reeves & Oh, 2008)

Kaynak	Sınıflandırma			
Howe& Strauss (2000)	Sessiz Kuşak (1925-1943)	Patlama Kuşağı (1943-1960)	13. Kuşak (1961-1981)	Milenyum Kuşağı (1982-2000)
Lancaster & Stillman (2002)	Gelenekçiler (1900-1945)	Bebek Patlaması (1946-1965)	X Kuşağı (1965-1980)	Milenyum Kuşağı Patlama Kopyası Y Kuşağı Gelecek Kuşak (1981-1999)
Martin& Tulgan (2002)	Sessiz Kuşak (1925-1942)	Bebek Patlaması (1946-1960)	X Kuşağı (1965-1977)	Milenyumlar (1978-2000)
Tapscott (1998)	-	Bebek Patlaması (1946-1964)	X Kuşağı (1965-1975)	Dijital Kuşak (1976-2000)
Zemke vd. (2000)	Eski Askerler (1922-1943)	Bebek Patlaması (1943-1960)	X Kuşağı (1960-1980)	Gelecektekiler (1980-1999)

Sessiz kuşak.

Genellikle 1925 ve 1945 yılları arasında doğan sessiz kuşak jenerasyonu, farklı kaynaklarda gelenekseller (traditionalists), erişkin (matures) kuşak ve savaş kuşağı olarak ifade edilmektedir. İkinci dünya savaşına yaptıkları büyük katkılardan dolayı bu kuşak ayrıca "Büyük Kuşak" olarak adlandırılmaktadır (Toduk, 2017). Bu kuşakta doğan bireyler II. Dünya Savaşı çıktığı yıllarda savaşa katılamayacak kadar yaşı küçük olan insanlardan oluşmaktadır ama bu insanlar aynı zamanda savaşın acısını en fazla çekmiş olanlardır (Levickaite,2010). Yetişme dönemlerinde yaşanan dünya çapındaki buhrana ek olarak dönemin en önemli olaylarından bir olan 1929 yılındaki ekonomik krize de şahit olmuşlardır.

Günümüz iş yaşamında sayıları az olmasına rağmen varlıklarını hissettiren bu kuşak, bugünkü iş yaşamının temellerini atan kuşaktır. Çalışma hayatındaki iş disiplininin kurucusu bu kuşak bireylerinin pratik zekâları, problemlere kolay çözüm üretme kabiliyetleri ve eşsiz bilgi kaynağı olmaları örgütlerde kritik mevkilerde görev almalarını sağlamıştır. Yönetime

sadık, ast üst ilişkilerine önem veren, emir ve direktiflere uyan, kuralcı ve kendini işlerine adayan bu kuşak yönetici oldukları takdirde tüm çalışanlarını kolektif bir arada tutabilme özelliğine de sahiptir. İş değişikliği yapmayan, görevine sadık ve öncesi memnuniyet gösteren, sabır eşiği yüksek, iş hayatının muhafazakâr bireyleri olarak tanımlamak da mümkündür (Acıloğlu, 2015).

Bebek patlaması kuşağı.

Soğuk Savaş Kuşağı veya Ekonomik Büyüme Kuşağı olarak da bilinen bu kuşak 1946-1964 yılları arasında doğan grubu ifade eder. Ayrıca bu kuşağa aynı evde önce çocuklarına, sonra yaşlanan ana-babalarına baktıkları için 'Sandviç Kuşağı' da denilmektedir (Metin ve Kızıldağ, 2017). Üç nesil aynı çatı altında idame ettiren bu kuşak bireyleri hem gelenekselci hem de yeniliğe açıktır uyumlu kişiliklerdir.

Bebek Patlaması kuşağı kendi içinde toplumsal haksızlıklara, savaşa, ırk ayırımına, özgürlüğü kısıtlayan her uygulamaya karşı protest davranışlar gösteren 68 kuşağını yaratmıştır (Senbir, 2004). Dünya genelinde ciddi dönüşümlere şahit olan bu geçiş kuşağı ekonomik krizlerin ve savaşların oluşturduğu olumsuzluklarla başa çıktı ve bu yüzden ağır sorumluluklara sahipti. Ruhsal uyanış ve laiklik krizleri başlıkları altındabu kuşağı tanımlandıran Strauss ve Howe'dan(1991) günümüze ırk ayırımına karşı mücadele, kadın erkek eşitliği, doğaya ve çevreye saygılı olmak günümüze ulaşan ana fikirlerden bazılarıdır. İnsan potansiyeline önem veren ve bu yönleriyle de günümüzün bireysel gelişim sürecine ilişkin ilk uygulamaları başlatan bir kuşaktır (Bayhan, 2014). Toplumun bir ve bütün olmasına önem veren bu kuşak üyeleri kişisel farklılıkların da göz önünde bulundurulmasını istemiştir. Bu anlamda sağlıklı toplum için sağlıklı birey, sağlıklı birey için sağlıklı toplum döngüsünü inşa ettiler.

Çalışma değerleri 'çalışmak için yaşamak' düşüncesinde şekillenen bu kuşağın üyeleri çalışkan, fedakâr ve itaatkârdır. Onları tanımlayan sıfat 'kuralcı' kelimesidir. Kariyer anlamında kendilerine anlamlı gelen işlerde çalışmayı tercih ederlerken idealist, kuralcı ve işçimendirler (Acıloğlu, 2015).

X kuşağı.

1965-1980 yılları arasında dünyaya gelen Baby Boomers kuşağını takip eden ve "Baby Buster" olarak da adlandırılan bir diğer kuşak ise X kuşağıdır. Kuşağın genel olarak kullanılan diğer isimleri arasında "twenty something" ve "f-you generation" bulunmaktadır (Roberts ve Manolis, 2000).

X Kuşağı üyeleri markalara aşırı ilgili, bireyselliğe önem veren, işine bağlı ancak iş özel yaşam dengesini kurabilen, mücadeleci, hırslı, toplumsal sorunlara ve çevre sorunlarına duyarlı, kültürel farklılıklara hoşgörülü, global düşünebilen, özenli, garantici ve tedbirli kişilerdir. Çalışma değeri çalışmak için yaşamak olan Baby Boomers kuşağının aksine işlerini sadeleştirir, yaptığı işten keyif almak ister, böylece çok stresli işlerden uzak dururlar. Ancak buna karşı olarak Deneçli'ye (2012) göre X kuşağındakiler değişen dünya koşullarına

yetişebilmek için büyük bir çaba harcamaktadırlar. Daha az hiyerarşik yapıları tercih ederler ancak otoriteye de saygılıdırlar. Tulgan (2001) kendisinden önceki kuşak olan Baby Boomers'larla kıyaslandığında sorunlarının çözümünde onlar gibi grup desteğine ihtiyaç duymazlar ve bu durum da onların kendilerine daha çok güvendiklerini ifade etmektedir (Keleş, 2011). Erkeklerin olduğu kadar kadınlar da iş yaşamında aktif olmaya başlamışlardır. Kadınların iş gücüne başlaması ve az çocuk sahibi olunması bu kuşak içinde sıralanabilir (Mengi, 2009, Akt. Metin ve Kızıldağ, 2017). Toplumsal ve iş yaşamında köklü değişiklikler olmaya başlamış ve ortak alanlarda iş bölümü kavramı ortaya çıkmıştır. Beceri ve deneyimlerini birden fazla kariyer yaparak kullanmışlardır. Kendilerini geliştirme ve değiştirme eğilimindedirler. Dönem içerisinde yaşanan ailevi, toplumsal ve finansal yönden güvensizlik bu kuşak bireylerinde iş yaşamında güvenlik ve maaş unsurlarını ön plana çıkarmıştır. Ebeveynlerinden daha az ücretle çalışanlar olarak bilinen X kuşağı üyeleri Bebek Patlaması kuşağının refah içinde yaşadıkları dönemlerin yol açtığı sıkıntılarla mücadele etmişlerdir.

Y kuşağı.

Çoğu uzman, 1980 ile 2000 yılları arasında doğanlar için bu kuşak kullanılmaktadır. Her şeyi sorgulamaları nedeniyle 'why' kuşağı denilmekte ve kısaca 'Y' ile ifade edilmektedirler (Metin ve Kızıldağ, 2017).

Y kuşağı; bağımsızlığa düşkün, yüksek otoriteye inanan ancak iş bağlılığı düşük, X kuşağının aksine iş değişikliğini doğal gören, esnek çalışma saatlerine inanan, özgüveni yüksek, girişimci, kolay iletişim kurabilen, özel ve iş yaşamının her ikisinde de rahatına düşkün, takım çalışmasını seven ancak bireyselliğe önem veren, kişisel ve mesleki gelişim açısından ömür boyu eğitimi benimseyen bireylerdir. Çoklu görevleri kolaylıkla yapabilirken yaptıkları işten çabuk sıkılabilen bir yapıya sahiptirler. Adaptasyonları yüksek motivasyonları ise çabuk sönebilen yapıdadır. Bilgi edinme konusunda dijital kaynakları tercih eder böylelikle bilgiye hızlı ulaşırlar. İleri düzeyde düşünebilme ve harekete geçebilme yeterliliğine sahiptirler. Sürekli yeni yaklaşımlara açık geleceğe hazır olma istegindedirler. Ayrıca bu kuşaktakiler yüksek hayat standartlarına sahip olmakla birlikte takım çalışmalarında da ön plana çıkmaktadırlar (Lower, 2008, Akt. Babaoğlu, 2015). Hayatta amaçlarını ve hedeflerini net olarak tanımlar ve ilgi odağı olmayı severler. Gelişen dünya koşullarına göre amaçlarını genişletir ve geliştirir, belirli kalıplara takılı kalmaz. Sabit fikirli değil açık görüşlüdür.

Dijital medyanın cazibesıyla büyüyen ilk kuşak olma özelliğine sahip Y kuşağı üyelerinin üçte ikisi, beş yaşından önce bilgisayarla tanışmıştır (Zemke vd., 2013, Akt. Yeşil ve Fidan, 2017). Günlerinin yaklaşık on beş saati medya ve iletişim teknolojileri ile etkileşim halinde geçen bu kuşak için hayatlarını rahat yaşamak çok önemlidir. Bu kuşak için teknoloji hayatlarındaki pek çok şeyin simgesi durumunda olup, Y kuşağının X kuşağına göre en üstün olduğu konulardan birisidir (Mengi, 2009).

Z kuşağı.

2000'den sonra doğanlardan oluşan Z kuşağı aynı zamanda 'Kristal Kuşak' olarak da isimlendirilmektedir. Teknolojik bir çağda doğduklarından teknoloji ile iç içe yaşayan bu kuşağın üyelerine "Kuşak I", "İnternet Kuşağı", "Next Generation" ya da "iGen" ve "Instant Online (Her daim çevrimiçi)" kuşağı da denilmektedir). Strauss ve Howe (1991) bu kuşağı aşırı bireyselleşen ve yalnızlık yaşayacak kuşak olarak da tanımlamaktadır. Mission and Ministry kuruluşu ise Z kuşağını 21. yüzyılın ilk kuşağı olarak tanımlarken, onlara dijital çocuklar ve ".com" çocukları ismini uygun bulmaktadır (Levicate, 2010, Akt. Aydın, 2014).

Çevresinde dikkat çeken bilgisayar, akıllı telefon, oyun cihazları, tabletler, müzik çalarlar, çok boyutlu televizyonlar ve her daim internet olan ve teknolojinin içinde doğan Z Kuşağı aynı anda okuma, izleme ve konuşabilme özelliklerine sahip olmasıyla ve çoklu görevleri yerine getirebilmesiyle yetişkinlerinden farklılaşmaktadır. Kendisinden önceki Y kuşağı da çoklu görevleri başarıyla yerine getirebilmekteydi ancak Z kuşağı bireyleri aynı anda birden fazla işi yapabilmektedir. Bu nedenle insanlık tarihinin el, göz, kulak gibi motor beceri senkronizasyonu en yüksek kuşağı olarak tanımlanmaktadır (Keleş, 2011; Mengi, 2009). Ancak Z kuşağının dikkatlerini toplama süresi kısadır, beklemeye tahammülü yoktur ve ilgisini kolayca kaybedebilmektedir (Güler, 2016).

Tam anlamıyla iş hayatına 5 yıla kadar girecek olan Z kuşağı bireylerinin iş yaşamındaki davranışları henüz araştırılmaya başlanmamıştır. Henüz iş yaşamına girmeyen bu kuşağın önümüzdeki on yıl içerisinde özellikle sanal dünyada birbirinden ilginç buluşlar ve çalışma yöntemleri bulacağı tahmin edilmektedir (Demirkaya, Akdemir, Karaman ve Atan, 2015).

Tablo2. Kuşaklararası Farklılıklar (Deneçli ve Deneçli, 2012)

	Sessiz kuşak	X kuşağı	Y kuşağı	Z kuşağı
Özellikleri ve değerleri	-Sadakat duyguları yüksek -İşkolik -Takım çalışmasına önem veren -Kanaatkâr -Rekabetçi -Teknolojiye uzak	-Sadakat duyguları değişken -Otoriteye saygılı -Topluma duyarlı -İş motivasyonları yüksek -Kanaatkâr -Kaygılı -Teknolojiyle ilişkisi düşük	-Sadakat duyguları az -Otoriteyi zor kabullenen -Bağımsızlığına düşkün -Çok sık iş değiştiren -Bireyci -Teknolojiyle Büyüyen	-İşbirlikçi -Yaratıcı -Teknoloji ile doğan

Motivasyon

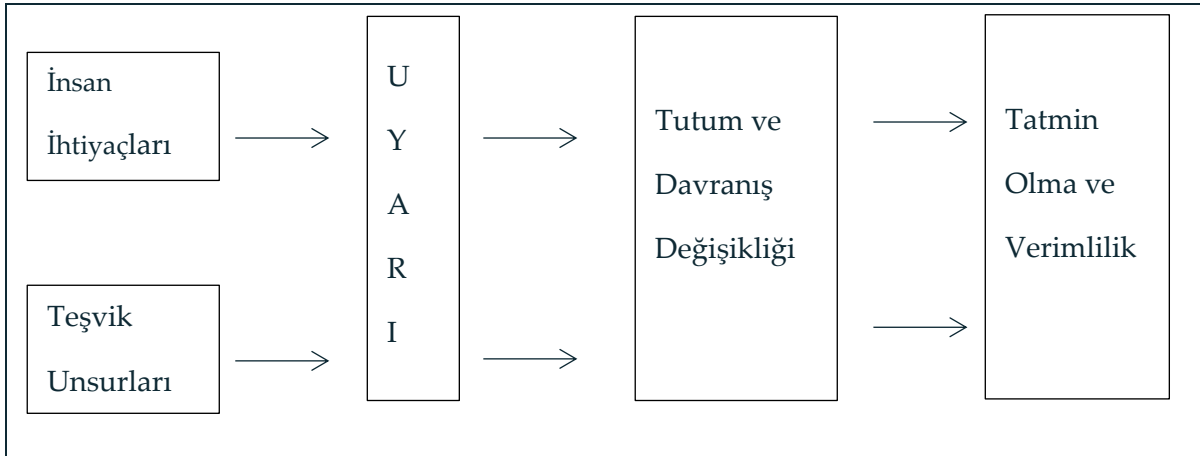
Güdülenmenin İngilizce karşılığı olarak verilen "motivasyon" kelimesi, Latince hareket etme anlamına gelen "mot" kökünden türemiş olup, psikoloji bilminde "bireyin içinden gelen güçlerle belirli hedeflere erişmek için istedik davranışlar oluşturmak" olarak kabul edilir (Keser,2006). Motivasyon kelimesini ifade etmek için Türkçede güdülenme, isteklendirme, teşvik etme gibi kavramlar kullanılmaktadır (Karaköse ve Kocabaş, 2006).

İnsanın bir işi eyleme dönüştürmesini sağlayan veya eylemin yönünü belirleyen, düşünceler, umutlar, inançlar, arzular, ihtiyaçlar ve korkulardır.

Motivasyon, bireylerdeki içsel enerjinin belirli hedeflere yönlendirilmesi için hareketlendirilmesi, aktive edilmesidir (Düren, 2000, Akt. Yıldırım, 2007). Akat'a (1984) göre motivasyon ise ferdi veya fertleri belirli bir yöne doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için gösterilen çabaların toplamıdır. Hedefe ulaştıran davranışlar bütünüdür.

Motivasyon süreci.

Motivasyon süreci, bir istek veya güdü etkisiyle belirli istendik davranışı gerçekleştirmek için harekete geçme sürecidir. Bir birey herhangi bir şeye karşı belirli bir ihtiyaç duyduğunda, bu ihtiyacını gidermek için birtakım davranışlarda bulunur. Bu gösterdiği davranışlar sonucunda ihtiyacını giderebilirse, tatmine ulaşır, gideremezse tatminsizlik yaşar. Önemli olan mevcut ihtiyacını gidermek için gerekli olan davranış modellerini belirlemek ve bunlardan en uygun olanını etkin bir biçimde uygulayabilmektir (Aşıkoğlu, 1996).



Şekil 1. Motivasyon süreci (Aşıkoğlu, 1996)

Motivasyon çeşitleri.

Yapılan araştırmalar neticesinde motivasyonun genel anlamda üç sınıfta gruplandırıldıkları görülmüştür. Bu gruplama fizyolojik, sosyal ve psikolojiktir.

a) Fizyolojik motivasyon.

Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin en alt basamağı olan fizyolojik ihtiyaçlar bireyin yaşaması için en ilkel ve gerekli ihtiyaçlardır. Bu ihtiyaçların giderilmesini esas alan güdülenme türüne fizyolojik motivasyon denir. Amaç bireyin birincil isteklerini ortan kaldırıp ikincil basamağa güdülenmesinin sağlanmasıdır.

b) Sosyal motivasyon.

Sosyal içerikli güdüler, insanı insan yapan iletişim ve aidiyet duygularıyla ortaya çıkar. Fizyolojik gereksinimlerden sonra gelen ihtiyaçlardır. Bir gruba üye olmak, iyi bir iş sahibi

olmak, yükselmek, tanınmak, beğenilmek, özgürce düşünmek ve yaşamak, sevmek, sevilmek, arkadaşlıklar kurmak, yardım etmek, vs. gibi duygu ve düşüncelerdir. Birey, amacına ulaştığı takdirde mutluluğa ulaşır. Bu tür güdüler insan yaşamıyla paralel olarak ilerler. Okul hayatında başarılı bir öğrenci olmak isteyen birey, iş hayatı başladığında iyi bir görev ve kariyere sahip olma isteği taşır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2003).

c) Psikolojik motivasyon.

Bireylerin davranışlarını şekillendiren ruhsal ihtiyaçlardan kaynaklanan güdülerdir. Psikolojik motivasyon genel anlamda bireylerin ruhsal gereksinimlerinin karşılanmasına dönüktür. Birey doğuştan getirebildiği gibi bu güdüleri sonradan da kazanabilir. Kişilik ve davranış modellerini oluşturan güdülerdir. Psikolojik güdüleri incelemek sosyal ve fizyolojik güdülerden, karmaşık bir yapıya sahip olması nedeniyle daha zordur. Psikolojik ihtiyaçlardan kaynaklanan güdülerin akışı incelenebilir ancak sebebini anlamak zordur.

Motivasyonda özendirici araçlar.

Bir örgüt içerisinde çalışanların faaliyetlerini belirli yönle kanalize ederek onları bu süreçte motive etmek oldukça zordur. Her birey kişilik yapısı, içinde yetiştiği ve yaşadığı çevre olarak farklı yapılara sahiptir. Aşıkoğlu'na (1996) göre birbirinden çok farklı özelliklere sahip bireyleri işletme içerisinde ortak bir amaç etrafında toplamak ve onların istenen performans düzeyine ulaşmalarını sağlamak için birtakım araçlardan yararlanmak zorunludur. Bu araçlar, bireylerin olumlu yönde motive olmaları üzerinde oldukça etkilidir.

Motivasyon için kullanılan özendirici araçlar her durum, birey ve zamanda aynı etkiyi göstermez. Özendirici araçların etkinliği kişinin ve toplumun değer yargılarına, çevre faktörlerine, bireyin sosyal ve eğitsel düzeylerine bağlıdır. Tikici'ye (1991) göre motivasyon konusunda evrensel nitelik taşıyan bazı özendirici araçların varlığı kabul edilse bile, her kişiye, her topluma uygun bir motivasyon modeli geliştirmek mümkün değildir (Sevinç, 2015). Bununla beraber geçerliliği kabul edilen ve birçok araştırma ile saptanan özendirici motivasyon araçları ekonomik araçlar, psiko-sosyal araçlar ve örgütsel araçlar olarak sınıflandırılabilir (Aşıkoğlu, 1996).

a) Ekonomik araçlar.

İşletmelerin kuruluşu nedeniyle çalışanların çalışma nedeni özde ekonomik temele dayanır, bu nedende diğer motivasyon araçlarına göre ekonomik nedenler daha etkilidir. Bireyin işe girmesindeki temel nedenlerden birisi gelir elde etme arzusudur. Ekonomik araçlar genel olarak az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde çalışanlar için birinci derecede motive edici araçlardır (Sevinç, 2015). Özellikle alternatif çalışma imkânı olmayan bir kişinin endişesi, başlıca gelir kaynağı olan işini kaybetmek olduğundan kişi, işverenin kendisinden beklediğini vermeye çalışacaktır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2003).

b) Psiko-sosyal araçlar.

İnsan sadece temel ihtiyaçlarını gidermek için ekonomik araçlara ihtiyaç duyan ve bu amaç doğrultusunda yaşayan varlık değildir. İletişim, kabul görme, ait olması gibi ihtiyaçlarının doğurduğu sosyal bir varlıktır. Ekonomik ihtiyaçlarının yanı sıra karşılması gereken sosyal ve psikolojik ihtiyaçları da vardır. Psiko-sosyal araçlar bireylerin bu tür ihtiyaçlarının karşılanarak iş ortamında motivesini arttırmaya yarar.

c) Örgütsel ve yönetsel araçlar.

Motivasyon sürecinde ekonomik ve psiko-sosyal motivasyon araçlarının yanında, örgütsel ve yönetsel motivasyon araçlarından yararlanmak da mümkündür. Örgütsel ve yönetsel motivasyon araçları genel anlamda örgüte mali yük getirmeyen araçlardır (Sevinç, 2015). Yöneticiler, örgütsel ve yönetsel araçları zamanında ve yerinde kullanarak hem maddi kaynak harcayarak hem de maddi kaynak olmadan çalışanların motivasyonunu yüksek seviyede tutar ve örgüt amaçları doğrultusunda davranışta bulunmalarını sağlar.

Yöntem

Araştırma Deseni

Bu araştırmada ortaokulda çalışan X ve Y kuşağındaki öğretmenlerin Z kuşağındaki öğrencilerine uyguladıkları motivasyon türü ve araçlarını belirlemek amaçlanmıştır. Araştırmada nitel araştırma desenlerinden olgu bilim (fenomoloji) kullanılmıştır. Olgu bilim deseni farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır.

Çalışma Grubu

Araştırma çalışma grubu Kırıkkale il merkezinde 2019- 2020 eğitim öğretim yılında görev yapan öğretmenler arasından seçilmiştir. Araştırma 30 öğretmen ile gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin 18'i kadın 12'si erkektir. Yine araştırmaya katılan öğretmenlerin 12'si X kuşağı bireyi iken 18 tanesi Y kuşağındandır.

Tablo 3. Çalışmaya katılan öğretmenlerin cinsiyetleri / ait oldukları kuşaklar

	X Kuşağı	Y Kuşağı	Toplam
Kadın Öğretmenler (K)	Ö1, Ö5, Ö8, Ö17, Ö20, Ö27	Ö6, Ö7, Ö10, Ö11, Ö13, Ö14, Ö15, Ö16, Ö19, Ö22, Ö23, Ö26	18
Erkek Öğretmenler (E)	Ö2, Ö9, Ö12, Ö18, Ö25, Ö28	Ö3, Ö4, Ö21, Ö24, Ö29, Ö30	12
Toplam	12	18	30

Veri Toplama Aracı

Araştırmada yapı bakımından yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme soruları araştırmacı tarafından hazırlanmıştır. Kırıkkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi hocalarından doktor öğretim üyesi Esra Karabağ Köse, Doçent Doktor Neslin İhtiyaroğlu ve Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi hocalarından Doktor Öğretim Üyesi

Abdullah Selvitopu'nun uzman görüşlerine başvurulmuştur. Görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Görüşme formunda 3 kişisel soru ile öğretmenlerin ait oldukları kuşaklar ve cinsiyetleri belirlenmek istenmiştir. Bu sorulara ilave X ve Y kuşağı öğretmenlerin ders içi ve dışı öğrencilerini nasıl motive ettikleri dair 4 adet, ne tür motivasyona özendirici araçlar kullandıklarını öğrenmek amaçlı 7 adet soru sorulmuştur.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırmalardan elde edilen veriler nicel yöntemler kullanılarak açıklanamayacağı için içerik analizi yaklaşımı yapılmıştır. İçerik analizi, verilerin kodlanmasını ve anlaşılır hale gelmesini sağlar. İçerik analizinde temelde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirmek ve bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyerek yorumlamaktır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin cinsiyetleri K ve E şeklinde, kuşakları X ve Y şeklinde kodlanmıştır. Ayrıca araştırmaya katılan 30 öğretmene 1den 30 a kadar numara verilmiş ve Ö1, Ö2., Ö30 şeklinde ifade edilmiştir.

Geçerlilik ve Güvenirlik.

Nitel çalışmalarda geçerlilik, bilimsel bulguların doğruluğunu ve güvenirlilik, bulguların tekrarlanabilirliğini ifade eder (Taş, Selvitopu, Bora ve Demirkaya, 2013). Bu araştırmanın güvenirliliğini ve geçerliliğini sağlamak için önceden bazı önlemler alınmıştır. Bunlar şu şekildedir:

Literatür taraması her araştırmacı tarafından gözden geçirilmiştir. Araştırmanın iç geçerliliği sağlanmıştır. Kapsam geçerliliği test maddeleri ölçülmek istenen davranışı yeterince yansıtıyor mu? sorusuna cevap arar (Büyüköztürk, 2013). Bu amaçla kapsam geçerliliğini sağlamak adına 3 uzman görüşüne başvurulmuştur. Dış geçerliliği arttırmak için araştırma süreci açıkça ifade edilmiştir.

Araştırmanın iç güvenirliliğini sağlamak için, araştırmaya katılanların cevaplarını kontrol etmelerine izin verilmiştir. Ayrıca tüm veriler herhangi bir müdahale olmadan kayda geçirilmiştir. Ham ve kodlanmış veriler hala araştırmacılarıdır ve herkese açıktır. Güvenirliliği sağlamak adına X ve Y kuşağı öğretmenlerden yaş aralığı geniş alınmıştır. Yani 22 yaş grubundan 1.senesi çalışan Y kuşağı öğretmenle 41 yaşında 21.senesini çalışan Y kuşağı öğretmenin de fikirlerine başvurulmuş nihayetinde aynı sonuçlara ulaşılmıştır.

Bulgular

Öğretmenlerin öğrencilerine uyguladıkları motivasyon türleri ile bu süreçte başvurdukları motivasyon araçlarına ilişkin bulgular tablolarda sunulmuştur.

Öğretmenlerin Öğrencilerine Uyguladıkları Motivasyon Türleri

Öğretmenlerin öğrencilerine uyguladıkları motivasyon türlerine ilişkin bulgular tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Öğretmenlerin Öğrencilerine Uyguladıkları Motivasyon Türleri

Kategoriler	Katılımcı Kodu	Toplam
Fizyolojik Motivasyon	Ö6, Ö11, Ö12, Ö19, Ö21	5
Sosyal Motivasyon	Ö2, Ö5, Ö7, Ö8, Ö9, Ö10, Ö13, Ö14, Ö15, Ö20, Ö22, Ö25, Ö26, Ö27, Ö28, Ö29, Ö30	17
Psikolojik Motivasyon	Ö1, Ö3, Ö4, Ö16, Ö17, Ö18, Ö23, Ö24	8

MOTİVASYONDA ÖZENDİRİCİ ARAÇLAR

<p>A. EKONOMİK ARAÇLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ücret Artışı 2. Primli Ücret 3. Kara Katılma 4. Ekonomik Ödül 	<p>B. PSİKO-SOSYAL ARAÇLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Çalışmada Bağımsızlık 2. Sosyal Katılma 3. Değer ve Statü 4. Gelişme ve Başarı 5. Çevreye Uyum 6. Öneri Sistemi 	<p>C. ÖRGÜTSEL VE YÖNETSEL ARAÇLAR</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Amaç Birliği 2. Yetki ve Sorumluluk Dengesi 3. Eğitim ve Yükselme 4. Kararlara Katılma 5. İletişim
---	---	---

Genel anlamda cevaplar incelendiğinde cinsiyet ya da kuşak farkı gözetmeksizin öğretmenlerin birçoğunun ağırlıklı olarak sosyal motivasyon türünü tercih ettiği söylenebilir.

Fizyolojik motivasyon türünü seçen öğretmenlerden sadece biri X kuşağındaiken 4'ü Y kuşağındadır. X kuşağından olan erkek öğretmendir ve şu şekilde düşünmektedir.:

“...Onlarla iyi diyalog kurmaya özen gösteririm. Hedefler koyarım. Bu hedeflere ulaştıkça ödüller veririm. Bu ödüller ise genelde onların ihtiyaçlarını karşılayacak şeylerdir. Mesela aç ise kantinden bir ürün falan (Ö12, X, E).”

Fizyolojik motivasyonu tercih eden 4 Y kuşağı öğretmenlerden sadece 1 tanesi erkektir. X kuşağı kadın öğretmenlerinin fizyolojik motivasyon türünü seçmedikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal motivasyon türünü kullanan 17 öğretmenin 8'i X ve 9'u Y kuşağı bireyidir. X kuşağı öğretmenlerden 4 tanesi kadın diğer 4 tanesi de erkektir. Y kuşağı öğretmenlerin 7 tanesi kadın 2 tanesi erkektir. Onlardan bazılarının ifadesi şu şekildedir:

"...Artı eksi tablosu kullanıyorum. Sınıf içerisinde olumlu cümlelerle onları tebrik ediyorum. Önceki çalışma yıllarımda onlara belirli günlerde yemekli programlar hazırlardım, şeker çikolata gibi pekiştireçler kullanırdım. Ve meslektaş arkadaşlarımla okul dışında da etkinlikler yaptırırdım. Onları dahil ederdim. Ancak koşullar değişti artık yapmam mümkün olmuyor (Ö8, X, K)."

"...Öğrenciyi övmek, başarısını ve güzel davranışlarının olduğunu sürekli vurgulamak. Öğrencinin yaptığı çalışmaları panolarda sergilemek. (Ö20, Y, K)."

"...Onları yüreklendiririm. Başarabileceklerini hissettirim. Kimi zaman da iyi bir çalışma ve araştırma yaparlarsa benden daha fazla bilgiye ulaşabileceklerini gösteririm. (Ö28, Y, K)."

"...Öğrencilerimi yüreklendirmek için güzel sözlerle onları cesaretlendiririm (Ö30, Y, E)."

Psikolojik motivasyonu tercih eden öğretmenlerin 3'ü X, 5'i ise Y kuşağıdır. X kuşağı öğretmenlerden 2'si kadın, 1'i erkektir. Y kuşağı öğretmenlerden ise 3'ü kadın, 2'si erkektir. Bu öğretmenlerden bazılarının konu hakkındaki düşünceleri şu şekildedir:

"...Yaptıkları güzel sonuçlar için ödüllendirme sistemini kullanıyorum ya da kendilerini kötü hissettiklerinde birebir konuşarak aslında onların bir birey olduklarını hissettirip iletişim kurmaya çalışıyorum. Elinden geleni yapması için destekliyorum. Bir diğer motivasyon aracım ise kendimi de geliştirdiğimi öğrencilerime göstermektir. Bir öğretmen olarak okumaya devam ettiğimi görmeleri onları motive ediyor. (Ö17, X, K)."

"...Çok çeşitli araçlarım var ama en çok önem verdiğim şey onların mutlulukları. Onları dinlediğimi, sevdiğimi, değer verdiğimi hissettirim (Ö18, X, E)."

Aynı dönem öğrencilerine yani Z kuşağı çocuklarına hitap eden farklı cinsiyet ve kuşaktaki öğretmenlerin ortalama olarak aynı tür motivasyonu tercih ettikleri gözlenmiştir. Öğretmenler fizyolojik motivasyonu tercih etmekten ziyade sosyal ve psikolojik motivasyonu tercih ettikleri, öğrencilerin bunlarla motive olduklarını söylemişlerdir.

Öğretmenlerin Öğrencileri Motive Ederken Kullandıkları Özendirici Araçlar

Öğretmenlerin öğrencileri motive ederken kullandıkları özendirici araçlara ilişkin bulgular Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Öğretmenlerin öğrencileri motive ederken kullandıkları özendirici araçlar

Kategoriler	Katılımcı Kodu	Toplam
Ekonomik Araçlar	Ö4,Ö9,Ö12,Ö13,Ö14,Ö16,Ö17,Ö18,Ö19,Ö20,Ö21,Ö22,Ö23,Ö24,Ö26	15
Psiko-Sosyal Araçlar	Ö1,Ö2,Ö3,Ö4,Ö5,Ö6,Ö7,Ö8,Ö9,Ö10,Ö11,Ö12,Ö13,Ö14,Ö15,Ö16,Ö17,Ö18,Ö19,Ö20,Ö21,Ö22,Ö23,Ö24,Ö25,Ö26,Ö27,Ö28,Ö29,Ö30	30

Örgütsel ve	Ö1,Ö2,Ö3,Ö4,Ö5,Ö6,Ö7,Ö8,Ö9,Ö10,Ö11,Ö12,Ö13,Ö14,Ö15,Ö16,Ö17,	30
Yönetmel Araçlar	Ö18,Ö19,Ö20,Ö21,Ö22,Ö23,Ö24,Ö25,Ö26,Ö27,Ö28,Ö29,Ö30	

Öğretmenlerin tamamı öğrencilerini derslerinde etkin kılabilmek ve motivasyonlarını arttırmak için psiko-sosyal araçlara ve örgütsel ve yönetsel araçlara başvururkenyarısı ekonomik araçlara başvurmaktadır Motivasyonda özendirici araçlardan ekonomik araçları kullanan 15 öğretmenden 2'si X kuşağı kadın öğretmen, 3'ü X kuşağı erkek öğretmen ve yine 3'ü Y kuşağı erkek öğretmen iken 7'si Y kuşağı kadın öğretmendir. Bu öğretmenler ayrıca psiko-sosyal araçlara ve örgütsel ve yönetsel araçları da kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bu öğretmenlerden bazılarının görüşleri şöyledir:

“Çok çeşitli araçlarım var. İlki çocuklara Aferin!, Bravo!, Çok Güzel! gibi sözel motivasyon araçlarını kullanıyorum. Bunların yanında not ve çeşitli hediyeye araçlarını kullanıyorum. Bunlar kırtasiye gereçleri, oyuncak ya da yiyecek olabilir. Ama en çok önem verdiğim şey ise onların mutlulukları. Onları dinlediğimi, sevdiğimi, değer verdiğimi hissettiririm. (Ö18, X, E).”

“...Stiker çok kullanıyorum. Aferin diyerek sözel pekiştireçler kullanıyorum. Yaş grubuna göre motivasyon araçları kullanıyorum (Ö14, Y, K).

“...Tablolarım var. Aylık ve haftalık tablolarım. Böylece benden aldıkları artı eksilerle aylık ve dönemlik ödüllendirmeler yaparım. Ders dışında ise özenli çalışanları ödüllendiririm ara ara (Ö21, Y, E).”

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bu araştırmada eğitimin öğretmen unsuru üzerinde durulmuştur. X, Y kuşağı bireyi öğretmenlerin kuşaklarına göre öğrencilere Uyguladıkları Motivasyon Türleri ve araçları incelenmiştir.

Araştırma 2019-2020 eğitim öğretim yılı yapıldığında, milli eğitim sisteminde X, Y ve baby boomers kuşağı öğretmenlerin yer aldığı bilinmektedir. 2000 sonrası doğan Z kuşağı henüz iş hayatına aktif olarak öğretmen veya yönetici olarak dâhil olmamıştır. Buradan hareketle X ve Y kuşağı öğretmenlerin özellikle ilk, orta ve lise düzeyinde okullarda Z kuşağı öğrencilere sahiptirler. Sistemde 4 farklı kuşağın bulunmasının zorluklarının yanı sıra bu farklılıkları olumlu anlamda yönlendirmek motivasyonu gerekli kılmaktadır. Bireysel motivasyonun bu denli büyük bir örgütte kolay uygulanamayacağı için kuşakların özellikleri, ihtiyaçları ve ilgileri motivasyon sürecini zorunlu hale getirmektedir.

Mengi (2009) araştırmasında kadınların iş gücüne başlamasının X kuşağıyla ortaya çıktığını belirtmiştir. Bu araştırmaya katılan 30 öğretmenden 18 tanesi kadın öğretmen olup bunlardan 6 tanesi X kuşağı, 12 tanesi de Y kuşağı bireyidir. Bu da iş hayatında kadınların zamanla aktif rol aldığını göstermektedir. Acar Erdol, Özen ve Toraman'nın (2019) araştırmasında veri topladığı 12 üniversitenin eğitim fakültesinde ağırlıklı olarak kız öğrencinin olduğu görülmüştür. X kuşağıyla başlayan kadınların iş hayatında aktif rol alması doğru orantılı olarak artmaktadır. Görüşme yapılan 12 erkek öğretmenin kuşakları 6X ve 6Y

olmak üzere eşit sayıdadır. Y kuşağı öğretmen sayısının fazla olması 2012 yılında TBMM genel kurulunda zorunlu eğitimin 12 yıla çıkarılması ve okul sayısının artmasına bağlı olarak yapılan atamaların yıllara göre artmasından kaynaklanmaktadır.

Araştırmada ikinci olarak öğretmenlerin öğrencileri üzerinde ders içi ve dışında onların motivasyonlarını ve verimlerini arttırmak için kullandıkları motivasyon türleri incelenmiştir. Araştırmaya katkı sağlayan 30 öğretmenin ağırlıklı olarak sosyal motivasyonu tercih ettiği gözlemlenmiştir. 17 öğretmen sosyal motivasyonu, 8 öğretmen psikolojik motivasyonu ve 5 öğretmen de fizyolojik motivasyon türünü tercih etmiştir. Altuntuğ (2012) geleceğin tüketici profilini incelediği araştırmasında X kuşağı bireylerin gelecek korkusu ve yaşam kaygısı taşıdığını ve dönemlerinde yaşanan sıkıntıların onların hayata bakışını olumsuz etkilediğini ifade etmiştir. Bu karakteristik özellikler onları daha çok çalışarak, para kazanmaya ve kariyer yapmaya yönelttiğini dile getirmiştir. Buradan hareketle X kuşağı bireylerin tercihlerinde fizyolojik motivasyonun etkili olması gerekmektedir ancak bireylerin kendileri için ihtiyaç duyduğu motivasyon türü olmasına karşılık X kuşağı öğretmenleri öğrencileri üzerinde bu motivasyon türünü kullanmamaktadır.

Fizyolojik ihtiyaç olarak ilk akla gelen bireyin temel ihtiyaçlarını gidermektir ancak bu kişiden kişiye farklılık arz etmektedir. Örneğin aynı kuşaktan iki birey ele alındığında işe yeni başlayan ile yıllardır çalışan arasında dinlenme ihtiyacı farklılık göstermektedir. Bu tür motivasyonun işlevsellik kazanması bireyin ayrıntılı bir şekilde ilgi ve ihtiyaçlarının bilinmesi ile mümkün olabilir.

68 kuşağı olayları ve 80 darbesini gören X kuşak bireyleri maddi zorluklardan ziyade güvenlik ihtiyacı hissetmişlerdir. Ayrıca bu zor süreç, insanı insan yapan sosyal ihtiyaç, iletişim ve aidiyet duygularının yanı sıra bireylerin ruhsal ihtiyaçlarını da beraberinde getirmiştir. Psikolojik güdüler her ne kadar doğuştan getirilseler de yaşanan sosyal olaylar doğrultusunda sonradan da kazanılmaktadır. Bu nedenle X kuşağı bireyleri sosyal ve psikolojik motivasyon türlerine ihtiyaç duymaktadır. Araştırmada genel anlamda X kuşağı öğretmenlerin cinsiyetleri göz önüne alınmaksızın fizyolojik motivasyon türünü tercih etmemektedir. Öğrencilerini güdülemek için sosyal ve psikolojik motivasyon türlerini tercih etmektedir.

Toruntay (2011) araştırmasında Y kuşağı bireyleri için maddi unsurlardan ziyade, yaptıklarının onaylanması, eğitim ve öğrenme fırsatlarının da dâhil olduğu bütünsel bir iş tatmini daha çok önemli olduğunu ifade etmiştir. Y kuşağı seçtikleri uğraşlarda başarılı olmalarına yardım etmek için onları yakından izleyen, destekleyen ebeveynler ve öğretmenler ile büyümüş olduklarından kariyer kararları verirken bile ebeveynlerine danışmaya ve/veya güvendikleri daha deneyimli, bilgili rol modellerin tavsiyelerine ihtiyaç duyarlar (Behrstock-Sherratt & Coggshall 2010, Akt. Keleş, 2011). Buradan hareketle yaptıkları işlerde geri bildirim onlar için önemlidir. Kendileri için geri bildirim çok önemli olan Y kuşağı öğretmenler, öğrencilerini teşvik ve motive etmek için geri bildirim yapmakta onlara güzel sözler söylemektedir. Ayrıca Z kuşağı öğrencilere yaş olarak en yakın kuşak olan Y kuşağı

öğretmenleri Z kuşağı gibi kurallarda esnek ve uyumludur, gelişmelere açıktır. Bu durum her iki kuşağı birbirine yakın kılmaktadır. Y kuşağı öğretmenleri öğrencilerini motive etmede sosyal ve psikolojik motivasyon türlerini tercih etmektedir. Bu araştırmada da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Araştırmaya katkı sağlayan Y kuşağı öğretmenler; ağırlıklı olarak sosyal motivasyonu kullanırken, öğrencilerinin fizyolojik hazır bulunuşluklarına ve psikolojik durumlarına önem vermektedirler.

X ve Y kuşağı öğretmenler öğrencilerini motive etme tür olarak sosyal motivasyon türüne ağırlık verdiği görülmüştür. Bu öğretmenlerin içinde yetiştiği kuşak kültürüne göre tavır takınmalarından ziyade her iki kuşak öğretmenlerin de Z kuşağı öğrencilere hitap etmelerinden kaynaklanmaktadır. Öğrencilerini temel alarak motivasyon seçimi yaptıklarını ifade etmişlerdir.

Motivasyon araçlarından ekonomik araçlar temelde örgütlerde belirli bir aralıkta çalışmaya oranla ücret vs. alma şeklindedir. Psiko-sosyal araçlar iletişim, kabul görme ve ait olma gibi sosyal ve psikolojik ihtiyaçları karşılamaya yönelik araçlarken örgütsel ve yönetsel araçlar örgüte mali bir yük getirmeden kâr ve verim amaçlayan araçlardır. Bu motivasyon araçlarından ekonomik araçları 15 öğretmen tercih etmiş ve bunlar ağırlıklı olarak Y kuşağı öğretmenlerdir. Öğretmenlerin tercih ettiği bu araçlar öğrencinin ilgi ve ihtiyacına yönelik maddi boyutu büyük olmayan araçlardır. Y kuşağı öğretmenler Z kuşağı küçük yaşlardaki öğrenciler için somut materyallerin daha etkili olacağını düşünmektedirler. Yine bu 15 öğretmen de dâhil olmak üzere tüm öğretmenler hem psiko-sosyal hem de örgütsel ve yönetsel araçları birlikte kullanmaktadır. Okulların kâr amacı gütmeyen ve insan yetiştiren kurumlar olması ve örgüt iklimi anlamında çok boyutluğu ile birçok örgütten ayrıldığı için bu sonuca ulaşılmaktadır. Özellikle öğrencilerin ihtiyaçlarının farklı olması öğretmenlerin birden fazla motivasyon aracını kullanmasına sebep olabilir.

Öğretmenlerin öğrencilerini motive etmek adına kendi kullandıkları yöntemler olduğu görülmüştür. Motivasyon tür ve araçlarının çeşitlendirilmesi adına alanında uzman kişiler tarafından öğretmenlere öğrencileri üzerinde ders içi ve dışında uygulayabilecekleri motivasyon tür ve araçları hakkında bilgilendirmeler yapılabilir. Ayrıca değişen dünyanın getirdiği Z kuşağı öğrenci profilinin daha iyi anlaşılması ve onlara ulaşılabilmesi adına öğretmenlere bu kuşak hakkında detaylı bilgilendirmeler yapılabilir. Öğretmenlerin kendi kuşak özelliklerinden ziyade öğrenci ilgi ve ihtiyaçlarını göz önüne aldıkları görülen bu araştırma sonucunda okullarda belirli aralıklarda öğrenci ilgi ve ihtiyaç envanterleri uygulanabilir. Bunlara ilave olarak X ve Y kuşağı aynı branş öğretmenlerinin bilgi ve birikimlerini paylaşabilecekleri platformlar kurulabilir ve periyodik olarak toplantılarla deneyim aktarımı yapılabilir. Kuşak kavramının Türkiye’de güncel olması ve eğitim alanında yaşanan sorunlar nedeniyle, kuşak kavramı eğitimin her kademesinde araştırma konusu olarak çalışılabilir.

Kaynakça

- Acıloğlu, İ. (2015). *İşte Y kuşağı*. Ankara: Elma Yayınevi.
- 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*, 1(19), 165-182.
- Akat, İ. (1984). *İşletme Yönetimi*, İzmir: Üçelyayıncılık.
- Aşıkoğlu M. (1996), *İnsan Kaynaklarını Verimliliđe Yönlendirme Aracı Olarak Motivasyon*, İstanbul: Üniversite kitabevi.
- Aydın, G. Ç & Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı? *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 1-15.
- Babaoğlu, B. (2015). *Turizm Sektöründe Çalışanların Kuşak Farklılıklarına Olan Algılamaları ve Bir Araştırma*, Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Yönetimi Anabilim Dalı.
- Bayhan, V. (2014). Milenyum veya (Y) Kuşağı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 2 (3), 10-25.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş ve Demirel, F. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Pegem Akademi, (13.Baskı).
- Demirkaya, H., Akdemir, A., Karaman & E., Atan, Ö. (2015). Kuşakların Yönetim Politikası Beklentilerinin Araştırılması. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 186-204.
- Deneçli, C. & Deneçli S. (2012). Nabza Göre Şerbet, Kuşağa Göre Etkinlik: Eğlencenin Pazarlanması ve Kuşaklar, iku.edu.tr.
- Güler, E. (2016). İş Dünyasının Z Kuşağı İle İmtihanı, *Para Ekonomi Dergisi*, Ekim, 56-58.
- Karaköse, T. & Kocabaş, İ. (2006). Özel Ve Devlet Okullarında Öğretmenlerin Beklentilerinin İş Doyumu Ve Motivasyon Üzerine Etkileri, *Dergipark*, 2(1), 3-14.
- Keleş, N.H. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Keser, A. (2006). *Çalışma Yaşamında Motivasyon*, Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul.
- Levickaite,R. (2010). Generations X Y Z: How Social Networks Form The Concept Of The World Without Borders The Case Of Lithuania, *Limes Cultural Regionalitics*, 3(2), 170-183. Doi: 10.3848/limes.2010.17.
- Mengi, Z. (2009). İş başarısında kuşak farkı. <http://www.kigem.com/isbararisinda-kusak-farki.html>. (Erişim Tarihi: 08.03.2019).
- Metin, S. & Kızıldağ, D. (2017). X ve Y Kuşaklarının Kariyer Beklentilerinin Farklılaşması Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(40), 340-363.
- Reeves,T.C & Oh, E. (2008). *Generation Differences*, In handbook of Research on Educational Communications and Technology.
- Roberts, J.A. & Manolis, C. (2000). Baby Boomers and Busters: an Exploratory Investigation of Attitudes Toward Marketing Advertising and Consumerism, *Journal of Consume Marketing*, 17(6), 481-499.
- Sabuncuoğlu, Z. & Tüz, M. (2003). *Örgütsel Psikoloji*, Bursa: Furkan Ofset.
- Senbir, H. (2004). *Z Son İnsan Mı?* İstanbul: O Kitaplar.

- Sevinç, H. (2015). Kamu Çalışanlarının Motivasyonunda Kullanılan Araçlar, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(39), 944-964.
- Strauss, W. & Howe, N. (1991) *Generations*. New York: Quill, William Morrow.
- Taş, A., Selvitopu, A., Bora, V. ve Demirkaya, Y. (2013). Reasons for Dropout for Vocational High School Students, *Educational Sciences: Theory and Practice*, 13(3), 1561-1565.
- Toduk, Y. (2017). *Türkiye'nin Liderlik Haritası: Güncel Liderlik Yaklaşımları ve Türkiye'den Örnekler*, İstanbul: Ceo Plus Yayıncılık.
- Toruntay, H. (2011). *Takım Rollerini Çalışması: X ve Y Kuşağı Üzerinde Karşılaştırmalı Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yeşil, Y. & Fidan, F. (2017). Türkiye'de Y Kuşağının e- İletişim Kullanımı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Balkan ve Yakınoğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), 100-109.
- Yıldırım, S. (2007). *Motivasyon ve Çalışma Hayatında Motivasyonun Önemi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.

