

Gönderilme Tarihi : 23.03.2020
Kabul Tarihi : 16.04.2020
DOI : 10.32705/yorumyönetim.707744

Derleme Makale/Review Article

KUŞAK ÇALIŞMALARINDAKİ TARTIŞMALI KONULARA İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME

Ali Emre AYDIN

*Dr. Öğr. Üyesi, İzmir Bakırçay Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü,
ali.aydin@bakircay.edu.tr, Orcid ID: [0000-0002-2340-8469](https://orcid.org/0000-0002-2340-8469)*

ÖZ

Kuşak kavramı ve kuşaklar arası farklılıklar, akademisyenler, uygulayıcılar ve popüler medya gibi birçok tarafın ilgisini çekmekte ve konuyla ilgili araştırma sayısı her geçen gün artmaktadır. Bununla birlikte kuşak kavramının çok boyutlu yapısına odaklanan ve kuşak çalışmalarındaki sorunlara değinen sınırlı sayıda araştırma vardır. Bu doğrultuda, kuşakları daha iyi kavrayabilmek için kavramla ilgili varsayımların eleştirel bir biçimde sorgulanması önemlidir. Bu çalışmanın amacı, kuşak kavramını analiz ederek ve kavramın bağlamından kopuk olarak ele alınmasının yarattığı sorunları sistematik bir şekilde ortaya koyarak kapsamlı bir çerçeve sunmaktır. Ayrıca pazarlama alanındaki kuşak literatürüne eleştirel bir bakış açısı ile katkı sağlanması hedeflenmiştir. Bunun için kavramın tarihsel gelişimi, tanımları ve kullanımındaki sorunlar tartışılmış ve pazarlama alanında kuşak farklılıklarına odaklanan çalışmalar literatür analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Kuşaklar arası farklılıklarla ilgili literatürde karşılaşılan genel sorunlar, pazarlama alanındaki çalışmalar üzerinden betimlenmiştir. Bu noktadan hareketle kuşak kavramına dair bilgiye ilişkin kavrayış ve kuşaklarla ilgili araştırma tasarımları için önerilerde bulunulmuştur. Çalışmada sunulan çerçevenin hem araştırmacılar hem de uygulayıcıların kuşaklarla ilgili araştırma süreçlerine ve değerlendirmelerine katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar kelimeler: Kuşak, Sınıflandırma, Farklılık, Pazarlama, Literatür Analizi

AN EVALUATION OF CONTROVERSIAL ISSUES IN GENERATIONAL STUDIES

ABSTRACT

Generations and generational differences attract the attention of several parties such as academics, practitioners and popular media, and the number of research related this topic is increasing gradually. However, there are few studies focusing on the comprehensive structure of the concept of generation and addressing the challenges in generation studies. Accordingly, it is important to critically question the assumptions about the generations in order to gain better understanding. The aim of this study is to provide a comprehensive framework by analyzing the concept of the generation and by systematically revealing the problems caused by the concept's detachment from its context. In addition, it is intended to contribute to the generation literature in the field of marketing with a critical perspective. Thus, the historical development, definitions and the problems in the use of the concept are discussed and studies focusing on generational differences in marketing are evaluated by literature analysis method. The general problems encountered in the literature on generational differences are described through studies in the field of marketing. Based on this point, suggestions were made for the understanding of knowledge about the concept of generation and research designs related to generations. The framework presented in the study is expected to contribute to both researchers and practitioners' research processes and evaluations about generations.

Keywords: Generation, Categorization, Difference, Marketing, Literature Analysis

Giriş

Tarihsel süreç içerisinde toplumları ve bireyleri daha iyi anlamak için geçmişten bugüne kuşak fikrinden faydalanılmış ve faydalanılmaktadır. Ne var ki özellikle son dönemde bu kavramın kullanım alanları ve biçimi, fikrin teorik arka planının göz ardı edilmesine ve kapsamının indirgenmesine yol açmaktadır. Kuşak kavramı ve kuşaklarla ilgili yapılan sınıflandırmalar (Zemke vd., 2000; Strauss ve Howe, 1991; Twenge vd., 2010) iş yaşamında ve tüketici olarak bireyi ve bireylerin dahil olduğu grupları anlamaya çalışan farklı disiplinlerden araştırmacıların ilgisini çekmektedir. Kuşaklara duyulan bu ilgi yalnızca akademik araştırmalarla sınırlı değildir. Konu, popüler medyadan gördüğü aşırı ilgiyle de dikkat çekmektedir (Kowske vd., 2010; Gürbüz, 2015).

Kuşak sınıflandırmaları ve kuşaklara atfedilen ortak karakteristik özellikler, toplumsal değişim sürecinde bireylerin eğilimleri, tutumları ve davranışları için kapsamlı bir çerçeve sunma çabasının ürünü olarak ifade edilebilir. Kategoriler oluşturmaya yarayan bu yaklaşım, genel itibarıyla araştırmacılar ve uygulayıcılar için önemli ve pratik faydalar sağlasa da bu sınıflandırmaların arka planına, temel dayanaklarına ve kullanım şekline eleştirel yaklaşılması konuyu özellikle bilimsel yöntemle araştıranlar için gereklidir. Bu ihtiyaç, kavramsal metinler ve medyada sunulanın aksine literatürde kuşaklar arası farklılıkları ampirik olarak destekleyen az sayıda çalışma olduğunu ileri süren görüşlerle de desteklenmektedir (Parry ve Urwin, 2010; Costanza vd., 2012). Bu iddiaları daha da ileri götüren bazı çalışmalar ise kuşak farklılıklarının gerçeklikten öte bir mit haline dönüştüğünü savunmaktadır (Giancola, 2006; Costanza ve Finkelstein, 2015). Bu değerlendirmeler, kuşak çalışmalarıyla ilgili eleştirel bir tutum benimsemenin ve kuşak kavramına yaklaşımları kapsamlı bir şekilde analiz etmenin gerekliliğine işaret etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, kuşak kavramını ve kavramın kullanımındaki sorunları kapsamlı bir şekilde irdeleyerek konuyla ilgili bilgi birikimine eleştirel bir bakış açısı getirmektir. Bu amaç doğrultusunda ilk olarak kavramın tarihsel kökenleri ve teorik temelleri üzerinde durulacak, ardından günümüzde kullanılan tanımlar ve sınıflandırmalar hakkında bilgi verilecektir. Daha sonra eleştirel literatürün kuşak çalışmaları için öngördüğü sorunlar sistematik bir şekilde incelenecektir. Ardından bu sorunların, pazarlama alanında kuşaklar arası farklılıklara odaklanan çalışmalar için geçerli olup olmadığı literatür taraması ile irdelenecek ve bulgular değerlendirilecektir. Bu çalışma, kuşaklarla ilgili araştırmaların barındırdığı sorunları sistematik bir şekilde ele aldığı için bu alandaki bilgi birikimine farklı bir bakış açısı kazandırmaktadır. Ayrıca, kuşak fikrinin, popülerlik kazanmış indirgemeci yaklaşımların ötesinde kapsamlı bir teori olarak ele alınması yolunda araştırmacılara katkı sunmayı ümit etmektedir. Kuşaklara ilişkin sınıflandırmalar temel alınarak tasarlanan pazarlama çabaları bağlamında uygulayıcılar ve yöneticilerin de çıkarım yapmaları için faydalı bir perspektif sağlayabilecektir.

1. Kuşak Kavramının Tarihsel Arka Planı

Tarihsel süreç içerisinde insanları ve oluşturdukları toplulukları anlamak en temel uğraşlardan bir tanesi olmuştur. Bu arayış kapsamında farklı disiplinlerin çok çeşitli araçlara başvurduğu görülmüştür. Son dönemde bu araçlar arasında en popüler olanlardan bir tanesi de kuşaklardır. Toplumsal değişimi açıklamada, kuşaklarla ilgili analizler köklü bir geçmişe sahiptir ve sosyal bilim araştırmalarında disiplinler arası bir metodoloji olarak artan bir ilgi görmektedir (France ve Roberts, 2015: 217). Bu alandaki tartışmalarda önemli bir yer tutan Mannheim (1952: 286-287) kuşakları, “sosyal ve entelektüel hareketlerin yapısını anlamada vazgeçilmez bir rehber” olarak değerlendirmekte ve bu konunun ilgi görmeyi hak ettiğini vurgulamaktadır.

Kuşak kavramı ile ilgili tartışmaların kökenlerini, toplumsal düzendeki değişimlere ve bireyin bu süreçteki rolüne rasyonel açıklamalar getirebilme çabası ile ilişkilendirmek mümkündür. Bu bağlamda kayıtlı tarihin başından bu yana kuşakların insanlık tarihinin döngüsü üzerindeki rolü düşünülmektedir (Bengston, 1974: 2). Kuşak kavramı, zaman dilimleri içerisinde meydana gelen insan varlığının gerçeğini tarihsel olarak ele almaya çalışmaktadır. Bu nedenle zaman ve mekan ilişkisi, kavramın ayrılmaz bir parçasıdır. Kavram, yaşamı birlikte var olma ve ilişki bağlamında değerlendirirken kolektif ve bireysel deneyimlerden şekillenmektedir (Burnett, 2010: 9). Bu değerlendirmeler ışığında kuşak kavramının

özünde bireyin zaman, mekan ve diğer insanlardan örülü karmaşık bir yapıdaki rolünü ve bu unsurlarla karşılıklı etkileşimlerini tarihsel bir perspektifle ele aldığını ifade etmek mümkündür. Son dönemde popülerliği iyiden iyiye artsa da bu kavramın izlerine uzak geçmişte rastlanabileceği iddia edilmektedir.

Kuşakla ilgili düşüncelerin kökenlerini, pre-sokratik düşünörlere (Bengston, 1974), antik Yunan filozoflarına (Nash, 1978) ve hatta antik Mısır'a (Burnett, 2010) dayandıran yaklaşımlar mevcuttur. Anlaşılacağı üzere, kapsamı ve anlamı farklı şekillerde değerlendirilse de kuşak kavramını merkeze alarak sosyal yapıyı kavrama çabası oldukça eski zamanlardan günümüze dek süregelenmektedir. Kavram ile ilgili tartışmalar özünde iki farklı temele dayanmaktadır.

Jaeger (1985: 274) kuşak kavramının tartışmalı doğasını ve bu kavrama farklı tarihsel yaklaşımları incelediği çalışmasında kavramın kökenlerinin biyolojik ve soybilimsel dayanakları olduğunu ifade etmektedir. Konu ile ilgili erken dönemde yapılan çalışmalarda daha çok biyolojik ve genetik dayanakları olan bir yaklaşım benimsenmişken, 19. yüzyıl başlarından itibaren kuşakları anlamak için sosyal ve tarihsel bağlamı temel alan modeller geliştirilmeye başlanmıştır (Marias, 1968'den akt: Bengston, 1974: 3). Benzer şekilde Joshi vd. (2011: 180), kuşaklarla ilgili tartışmaların iki ayrı odak noktasından hareket ettiğini ileri sürmektedirler. Bunlardan ilki kan veya evlilik yoluyla izlenebilen akrabalık temelli görüştür. Diğer görüş ise ortak bir sosyo-tarihi paylaşan bir grup anlamında kohortları temel almaktadır. Yazarlara göre akrabalık temelli görüş kuşakları anlamak için kısıtlı bir bakış açısı sunarken 20. yüzyılın başlarından itibaren kuşak tartışmaları kohort temelli görüş üzerinden inşa edilmektedir.

Kuşak tartışmalarında benimsenen yaklaşımların yanında bu konuyla ilgili bilgi birikiminin tarihsel gelişimi de ortaya konmuştur. Kuşak teorilerinin gelişimi, modern sosyoloji ve psikolojinin de gelişim dönemine paralel seyretmekte ve genellikle üç aşamada ele alınmaktadır. İlk dönem çalışmalar, sosyal tarihçiler ve sosyologlar tarafından gençlik gruplarına odaklanmaktadır. İzleyen süreçte sosyal bilimciler 1960'lardaki öğrenci hareketlerine odaklanmış ve daha analitik bakış açıları geliştirmişlerdir. Son aşamada ise gençleri ve yaşlılık gruplarını daha geniş tabanlı ve deneysel olarak açıklamaya çalışan kuşak teorilerinin gelişimi söz konusudur (Bengston, 1974: 3). Yakın dönemdeki çalışmaların yapısı değerlendirildiğinde tarihsel gelişimle uyumlu ilerleyişin izlerini sürmek mümkündür. Bu çalışmalarla ilgili değerlendirmelere geçmeden önce kavram üzerindeki anlayışı şekillendiren araştırmalardan söz etmek yerinde olabilir.

Kuşak tartışmaları için Mannheim'ın 1928 yılında yazdığı ve 1952 yılında İngilizce'ye çevrilen "The Problem of Generations" isimli makalesi bir kırılma noktası olarak değerlendirilmektedir. Kuşak kavramını en sistematik şekilde değerlendiren ve biyolojik faktörlerin etkisini göz ardı etmese de özellikle sosyal ve tarihsel koşullara vurgu yapan Mannheim, kuşak tartışmalarının bağlamını ve kapsamını değiştirerek (Pilcher, 1994: 482-485) sunduğu perspektif ile sonraki çalışmalar için öncü olmuştur.

Manheim (1952: 290-291), kuşakların en temel seviyede biyolojik bir dayanağa sahip olduğunu belirtmektedir. Ancak bu, bir olgunun yalnızca o dayanaktan şekillenip kavranabileceği anlamına gelmemektedir. Ona göre insanlar arasındaki sosyal etkileşimin varlığı olmasaydı kuşak yalnızca doğum, yaşlanma ve ölümden ibaret bir olgu olarak belirlenir ve sosyal bir konumu ifade etmezdi. Kuşaklar, sosyolojik bir sorun olma niteliğini, biyolojik faktörler için sosyolojik yorumun keşfedildiği noktada kazanmaktadır. Tüm bu argümanlardan ötürü Mannheim, kuşakları belirli bir sosyal konum türü olarak anlamaya çalışmak gerekliliğinin altını çizmektedir. Parry ve Urwin (2011: 81) aynı kuşak üyelerinin aynı doğum yılını paylaştıkları için tarihsel süreç içerisinde ortak bir sosyal konuma sahip olduklarını ifade ederler. Ancak Mannheim için bunun yeterli olmadığını, aynı doğum yılını paylaşmanın ötesinde belirli ortak deneyimlerin yaratacağı bir yakınlığın paylaşılması gerektiğini de belirtmektedirler. Bu değerlendirmelerin ışığında Joshi vd. (2011: 180), Mannheim'a göre kuşak kavramının iki temel bileşeni olduğunu vurgulamaktadırlar: a) Tarihi bir zaman diliminde ortak bir konum ve b) o zamanın önemli olaylarının sonucu olan ayrı bir bilinç. Mannheim (1952) tarafından oluşturulan bu çerçeve doğrudan ya da dolaylı olarak takip eden birçok araştırmacıya yön vermiştir.

Diğer taraftan günümüzde hem akademik çalışmalar hem de popüler medya araçları Strauss ve Howe (1991) tarafından yapılan kuşak tanımı ve sınıflandırmalarından beslenmektedirler. Araştırmacılar, tarihteki belirleyici olayların o dönemdeki bireylerin davranışlarını ve tutumlarını etkilediğini

belirtmektedirler. Bu görüşlerinden hareketle yazarlar 17. yüzyıldan günümüze kadar A.B.D. tarihindeki önemli olaylarla ilişkilendirerek bir yaşam döngüsü oluşturmuşlardır. Bu döngüdeki farklı tarihsel dönemlere denk gelen grupların ortak duygu, tutum ve davranışlar göstermesi beklenmektedir.

Tarihsel süreç içerisinde kuşak kavramının gelişimi yukarıdaki anlayışlar doğrultusunda seyretmektedir. Bu gelişim sürecinde araştırmacılar farklı yaklaşımlar benimsemiş ve farklı modeller ortaya atmışlardır. Bu çeşitlilik, kuşak kavramına ilişkin tanımlara ve sınıflandırmalara da yansımıştır.

2. Kuşak Kavramına İlişkin Tanımlar, Kapsam ve Sınıflandırmalar

Kuşaklarla ilgili geçmiş çalışmalarda yer alan tanımlar ve sınıflandırmalar birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılıkların temeli kavramın tarihsel kökenlerinde izlenebilir. Çok sayıda tanım olmasına karşın burada en sık kullanılan birkaç tanesi üzerinde durulacaktır.

Diğer araştırmacılara da temel olması nedeniyle ilk olarak Mannheim tarafından yapılan tanıma yer verilmiştir. Mannheim (1952) kuşakları, “belirli bir yaş süresini ve yaşam döneminde önemli tarihsel ve sosyal olayları paylaşan sosyal yapılar” olarak tanımlamıştır. Mannheim, esasen kuşakları bir kohort olarak ele almaktadır. Bu anlamda bir kuşak, ortak tarihsel olayları yaşayan benzer yaşta insanların bir kohortudur.

Strauss ve Howe (1991) da kuşaklarla ilgili yaklaşımları, yaş ve tarihsel olayları bağlantılı bir şekilde ele aldığı için teorilerinin kohort temelli olduğunu ileri sürmektedirler. Kohort, belirli bir süre içinde doğan bir grup insan olarak betimlenmektedir. Buradan hareketle yazarlara göre bir kuşak: “uzunluğu yaklaşık olarak yaşamın temel bir aşamasına ya da son üç yüzyıl boyunca yaklaşık yirmi iki yıla uyan özel bir kohort grubu olarak” tanımlanmaktadır. Yang ve Guy (2006: 268) bir kohortun, yaklaşık aynı zaman diliminde yaşlandığını ve olayları, gelişmeleri ve durumları benzer şekilde deneyimlediğini ifade etmektedirler. Howe ve Strauss (2000) tarafından geliştirilen yaklaşımda kohort üyelerinin benzer kuşak karakterleri taşıdığı ileri sürülmektedir. Bu kuşak karakterleri; bireylerin, kendilerini o kuşağın üyesi olarak algılamaları, ortak inanç ve davranışlara sahip olmaları ve tarihte ortak bir konumda bulunmaları olarak ifade edilmektedir.

Bir diğer tanıma göre bir kuşak, “doğum yıllarını ve deneyimlerini paylaşırken zaman içinde birlikte hareket eden, çeşitli kritik faktörleri etkileyen ve bu faktörlerden etkilenen bir kohortu veya bir grup insanı” ifade eder (Kupperschmidt, 2000: 66). Bu tanım da diğer açıklamaların kapsadığı unsurlara vurgu yapmakta ve benzer süreçlere değinmektedir.

Tanımlardan da anlaşılacağı üzere bir bireyin tarihsel ve sosyal konumu ile ait olduğu kuşak arasında önemli bir ilişki olduğu (Costa vd., 2019: 569), dahası bir kuşağa üyeliği yaşın değil sosyal koşulların ve bağlamın belirlediği görüşü (Wyn and Woodman, 2006: 501) kuşak kavramının kapsamının hangi düzlemde tartışılması gerektiğini ortaya koymaktadır. Tanımlarda tutarlı bir şekilde gözlemlenen, bir kuşağın, hayatlarının kritik gelişim dönemlerinde aynı önemli tarihsel olayları deneyimleyen ve bunlardan etkilenen ve kabaca aynı yaşlarda olan bireylerin oluşturduğu gruplar olmasıdır. Bir kuşağın sınırlarını belirleyebilmek için en önemli boyutlardan bir tanesinin paylaşılan ortak deneyimler olduğu tanımlarda vurgulanmaktadır (Costanza vd., 2012: 377).

Kuşak olgusunun çok boyutlu yapısı, kapsayıcı bir tanım yapmayı zorlaştırdığı için France ve Roberts (2014: 217) kuşakların ne olmadığına ilişkin tartışmanın da önemli bir katkısının olduğunu ifade etmektedirler. İlk olarak, kavram yalnızca aile ve soy ile ilişkili değildir. Daha önemlisi sadece belirli bir dönemde aynı doğum tarihini ya da çok önemli ortak bir tarihsel konumu paylaşan bir grup olarak tanımlanamaz; kuşakları yalnızca bir yaş grubu olmanın ötesine taşıyan belirli kolektif kimlikleri vardır. Bu kolektif kimliklerin oluşmasında ise Schuman ve Scott (1989: 359) tarafından belirtilen ve kuşak üyelerinin ortak bir olguyu hatırlamasıyla ilişkilendirilen kolektif hatıraların etkisi söz konusu olabilir. Elbette burada da kolektif hatıraların nesnesi olan olaylar ve değişimlerin, kuşak üyeleri üzerindeki olası farklı etkileri göz ardı edilmemelidir. Mannheim, bu durumu analiz ederken kuşakların farklılıklarından öte, kuşak birimleri olarak adlandırdığı kavram ile kuşakların kendi içinde farklılaşmasının da mümkün olduğunu belirtmektedir (Burnett, 2010: 39).

Diğer taraftan kuşak sınıflandırmaları incelendiğinde birbirine yakın kavramsallaştırmalar olduğu görülmektedir. Zemke vd. (2000), a) Veteranlar, b) Bebek Patlaması Kuşağı ve c) X Kuşağı ve d) Sonrakiler şeklinde bir sınıflandırmaya giderken, Twenge vd. (2010), a) Sessiz Kuşak, b) Bebek Patlaması Kuşağı, c) X kuşağı ve d) Ben Kuşağı şeklinde bir sınıflandırma tasarlamışlardır. Strauss ve Howe (1991) da benzer dönemleri ve özellikleri kapsayan sınıflandırmalar yapmışlardır. Daha önce de değinildiği gibi, bu yazarların sınıflandırmalarına çok sık başvurulduğu için daha detaylı bir şekilde üzerinde durmakta yarar vardır. Yazarlara göre bir kuşak için başlangıç ve bitiş dönemi kabaca yirmi yıllık bir süreyi kapsamaktadır. Toplamda yaklaşık seksen yıldan oluşacak bir döngü içinde dört kuşak yer almaktadır. Yazarların teorisine göre dört kuşağın her biri farklı tarihsel dönemlerden geçer ve beşinci kuşak ile döngü tamamlanarak yeni döngü başlar. Yeni döngünün başlaması ile birlikte yazarların, her biri yaklaşık yirmi yıl süren yükseliş, uyanış, çözülme ve kriz diye adlandırdıkları dönemler de tekrar eder. Bu dönemlerdeki tarihsel olayları deneyimleyen kuşakların yakın değerler sistemine sahip oldukları ve belirlenen arketipler doğrultusunda benzer karakteristik özellikler taşıdığı iddia edilmektedir. Bu çerçevede doğrultusunda yazarlar son döngü için Baby Boomers, X Kuşağı, Y Kuşağı ve Milenyum Kuşağı şeklindeki kuşak sınıflandırmasını yapmışlardır. Literatürde başka sınıflandırmalarla karşılaşmak da mümkündür ancak genel itibarıyla izlenen mantığın benzer olduğu ifade edilebilir.

Kuşak sınıflandırmaları ve kuşak üyelerine atfedilen karakteristik özellikler bu çalışma kapsamında daha fazla detaylandırılmayacaktır. Çalışmanın amacı doğrultusunda esas olan söz konusu sınıflandırmaların varsayımlarının temeline ilişkindir. Daha sonra bu varsayımlarla ilgili sorunlara detaylı bir şekilde değinilecektir ancak bu yaklaşımlara yöneltilen itirazlar ve eleştirilerin yeni olmadığı ifade edilebilir. Wyn ve Woodman'a göre (2006: 496), kuşaklara ilişkin sınıflandırmalar ve üyelerine atfedilen özellikler oldukça yaygın bir şekilde kullanılmaktadır ve uygulandığı alanlarda grupların karakteristiklerini ortaya koymak için bir referans görevi görmektedir. Ancak popüler olsa da bu ve buna benzer sınıflandırmaları içeren yaklaşımlar son derece indirgeyicidir ve kuşaklara atfedilen özellikler de oldukça fazla sayıda çelişki barındırmaktadır. Yine Reeves ve Oh (2007: 301) kuşak sınıflandırmaları yapılırken tercih edilen örneklem konusundaki eleştirilerini dile getirmektedirler. Araştırmanın yapıldığı bölgenin refah seviyesinin yüksek olması sosyo-ekonomik, kültürel ve diğer pek çok önemli faktörün etkisinin yansıtılamaması sonucunu doğurmaktadır. Verilerin gözlemlere değil de kişisel beyana dayanması da diğer bir sınırlılık olarak dile getirilmektedir. Yalnızca tanımlar ve sınıflandırmalara ilişkin değil kuşak çalışmalarının genelinde karşılaşılan sorunlar ve sınırlılıklar izleyen başlıkta detaylandırılacaktır.

3. Kuşak Çalışmalarında Sorunlu Konular

Kuşak çalışmaları tarihsel süreç içerisinde çeşitli kırılma noktaları yaşasa ve konu ile ilgilenen araştırmacılar tarafından kavramın kapsamı farklı şekillerde belirlense de son dönemde özellikle işletme disiplininin artan bir ilgi görmektedir. Bu durum, bireyleri insan kaynağı ya da tüketici olarak daha iyi anlama arzusunun bir uzantısı olarak görülebilir. Diğer taraftan kuşaklarla ilgili sınıflandırmalar ve kuşak üyelerine atfedilen karakteristik özellikler, konu ile ilgilenen taraflar için süreçleri kolaylaştıran ve kısa yollar sağlayan bir araç olarak ifade edilebilir.

Araştırmacılar tarafından sınırları ve kapsamı hakkında görüş birliğine varılamamış ve varılmasının da zor görüldüğü varsayımlardan hareket ederek tasarlanan araştırmaların, konunun doğasından kaynaklanan sorunlardan etkilenmesi muhtemeldir. Yaş ve kuşak olgularının birbiri yerine kullanımı, kuşaklar arası farklılıklarda yaş, periyod ve kohort etkilerinin ayrıştırılamaması, kuşakların etkilerini çözebilmek için gerekli olan metodolojik tasarımların kurgulanamaması, kuşaklara ilişkin yaş sınırlarının literatürdeki uyumsuzluğu ve geçmiş çalışmalarda kuşaklara atfedilen özelliklerin ampirik olarak destek bulmaması gibi sorunlar bu alandaki araştırmalar gerçekleştirilirken göz önünde bulundurulmalıdır.

3.1. Yaş, Yaşlanma ve Kuşak Kavramları

Kuşaklar arası farklılıkları araştırma amacıyla yapılan çalışmalarda başlıca problemleri konulardan bir tanesi farklılıkları yaratan etkinin gerçekte ne olduğunun belirlenmesine ilişkindir. Bu bağlamda yaş, yaşlanma ve kuşak kavramlarının ne anlam ifade ettiğini belirlemek önem kazanmaktadır.

Kuşaklar arası farklılıkları ortaya koymak için kuşak kavramının kapsamında yer alan birçok faktörün söz konusu olduğu daha önce belirtilmişti. Bunlar arasında doğum yılı ya da yaş, diğer faktörlerle kıyaslandığında nispeten daha küçük görünen yalnızca tek bir faktördür. Bu nedenle bir bireyin, bir kuşağa dahil olmasında yalnızca kronolojik konumunu dikkate almak ve bunun üzerinden varsayımlarda bulunmak son derece yanıltıcı olmaktadır (Reeves ve Oh, 2007: 297).

Costanza vd. (2012: 376), konu ile ilgili araştırmalarda birbirinin yerine kullanılan kuşak ile yaş olgularının farklılıklarına dikkat çekmektedirler. Yazarlara göre kuşak fikri, özellikle benzer yaşlardaki bireylerin oluşturduğu grubun paylaştığı ortak deneyimlere ve bu grupta yer alan bireylerin benzer tutumlar, davranışlar ve eğilimler sergilemesine dayanmaktadır. Yaş ise yaşlanma ve gelişimsel faktörler ile ilişkilidir ve bireylerin değişimlerinde olgunlaşma ve yaşam evresinin etkilerini gözlemlemek de mümkündür. Joshi vd. (2011: 198), yaş ve yaşlanmaya ilişkin incelemenin önemli olsa da bu değişkenlerin etkisini kuşak dinamikleri ile karıştırmanın sorun yaratacağına dikkat çekmektedirler.

Bu değerlendirmeler ışığında kuşak sınıflandırmaları yaparken yalnızca yaş değişkeninin esas alınmasının çalışmanın bulgularının yorumlanmasında yaratacağı sınırlılıkların farkında olmak önemli görünmektedir.

3.2. Yaş, Periyod ve Kohort Etkilerinin Ayrıştırılması

Kuşaklar arası farklılıkların araştırıldığı çalışmalarda ayrıştırılması gereken tek etkinin yaş olmadığını gösteren yaklaşımlar mevcuttur. Yaş, periyod ve kohort problemi olarak anılan durumda yaşlanma sürecinden kaynaklanan yaş etkisi fiziksel büyüme, gelişim süreci ve deneyimlerin birikimiyle ilgilidir. Periyod etkisi, bir zaman diliminde yer almanın etkileriyle yani teknolojik ilerleme veya savaş gibi zaman içinde tarihin belli bir noktasında yaşanan olayların etkisini ifade etmektedir. Son olarak kohort etkisiye belirli bir zaman aralığında doğmuş olan bir gruba üyelikle ve paylaşılan ortak deneyimlerle ilişkilendirilmektedir (Glenn, 1976: 900; Kowske, 2010: 268). Kuşaklar tanımlanırken esas kriterler olarak yaş ve periyod dikkate alınırsa gözlemlenen farklılıkların, çalışmanın yapıldığı bireylerin yaşından veya verilerin toplandığı zamandan kaynaklı olma ihtimali son derece yüksektir. (Costanza ve Finkelstein, 2015: 2).

Bu bağlamda bir grup ile ilgili olarak zaman içerisindeki değişimi gözlemlemek istendiğinde yaş, periyod ve kohort etkisini ayırtmak gereklidir. Yaş, her ne kadar çok önemli bir değişken olsa da etkiyi sağlıklı bir şekilde ayırtmamak şüpheli sonuçları veya en azından hatalı yorumları beraberinde getirebilir. Kavram karmaşası ve metodolojik sınırlılıklar bu türden hatalara yol açmaktadır (Palmore, 1978: 282). Bu hatalardan kaçınmak ve kuşakları doğru bir şekilde analiz etmek son derece önemlidir ancak mevcut yöntemlerle gerçekleştirilen araştırmalarda bu etkilerin ayrıştırılmasının güç olduğu vurgulanmaktadır (Joshi vd., 2011: 181).

Bununla ilişkili olarak Kowske vd. (2010: 268), gerçekleştirilecek bir araştırmada yalnızca kuşak etkisini gözlemlemek için yaş ve periyod etkisinin kontrol altına alınması gerektiğini ifade etmektedirler. Bu etkiyi gözlemleyebilmek için uygun araştırma tasarımlarının ve örneklem yöntemlerinin kullanılması önerilmektedir. Bu bağlamda konu kuşak çalışmalarındaki metodolojik sınırlılıklar da ilişkilidir.

3.3. Metodolojik Sınırlılıklar

Yaşın, kuşaklar arası farklılıklarda tek belirleyici değişken olarak alınması ya da yaş, periyod ve kohort etkilerinin ayrıştırılamaması ile ilgili sorunlar özünde araştırmaların metodolojik tasarımlarıyla ilgilidir. Twenge vd. (2010: 1118) konu ile ilgili araştırmaların uygulanmasında karşılaşılan sınırlılıkların, kuşaklar arası farklılıklara ilişkin çıkarımları zayıflattığını ifade etmektedirler.

Cennamo ve Gardner (2008: 903) zamanda belli bir noktaya odaklanan kesitsel araştırmaların kuşak, yaş ve diğer değişkenlerin etkilerini ortaya koymak için yeterli olmadığını ve boylamsal çalışmaların gerekliliğine vurgu yapmaktadırlar. Boylamsal araştırmalarda bireyler yaşam döngülerinin birden fazla noktasında gözlemlenebildikleri için kesitsel araştırmalardan daha üstün olarak değerlendirilmektedirler (Pilcher, 1994: 488). Ayrıca daha önce de ifade edildiği gibi kuşaklar arası farklılıkları incelemeye çalışan bir araştırmanın evren ve örneklem tercihleri de son derece belirleyicidir (Reeves ve Oh, 2007: 297).

Yetersiz tanımların karmaşaya ve bunun sonucunda yaş, periyod ve kohort etkilerinin birbirinden ayrıştırılamamasına yol açtığı dile getiren Palmore (1978: 282-283), ayrıştırmanın yapılabilmesi için farklılıklar, etkiler ve nedenleri kapsayan üç düzeyli bir analiz formüle etmektedir. Rhodes (1983: 331) bu türden bir veri seti ve analiz sayesinde; kesitsel verilerin yaş ve kohort etkilerini içerebileceğini, boylamsal verilerin ise hem yaş hem de dönem etkilerini yansıtabileceğini ifade etmektedir. Gecikme süresi farklılıkları yani farklı zaman aralıklarında aynı yaştaki kişilerin karşılaştırılması ise kohort ve periyod etkilerini yansıtabilecektir.

Metodolojik sınırlamaları, Schuman ve Scott tarafından yapılan (1989) gibi güçlü araştırma tasarımlarıyla aşan çok sınırlı sayıda çalışma olduğu (Benson, 2011) göz önünde bulundurulduğunda kuşak farklılıklarıyla ilgili verili kabul edilen bilgileri dikkatle değerlendirmenin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

3.4. Kuşaklar Arası Farklılıklara İlişkin Çelişkili Bulgular

Kuşak sınıflandırmalarına, kuşak üyelerinin özelliklerine ve kuşaklar arası farklılıklara odaklanan çalışmaların sayısı her geçen gün artış göstermektedir. Konu ile ilgili çalışmalarda karşılaşılan metodolojik sınırlılıklar ve bu sınırlılıklar dahilinde ulaşılan bulguların doğurduğu soru işaretlerine daha önce değinilmişti. Söz konusu sınırlılıklar bir tarafa bırakıldığında dahi gerçekleştirilen araştırmalar sonucunda elde edilen bulguların, oluşturulan sınıflandırmalara uymadığına ya da kuşaklar arasında farklılıklar olmadığına işaret eden çalışmalar mevcuttur. Kowske vd. (2010: 268) literatürde birbiriyle çelişkili çok sayıda ampirik bulgu olduğuna dikkat çekerlerken, Costanza vd. (2012: 376) konunun akademik yayınlar yerine daha çok popüler medyada yer bulmasına ve kuşaklar arası farklılıkları araştırmanın metodolojik zorluklarına vurgu yaparak kuşakların gerçekten farklı olup olmadığının soru işareti doğurduğunu ifade etmektedirler.

Parry ve Urwin (2011: 79) kuşakların teorik bir temele sahip olmasına karşın ampirik çalışmalarda en iyi ifadeyle bulguların karmaşık olarak ifade edilebileceğini belirtmektedirler. Özellikle iş değerleri ile ilgili çalışmaları değerlendiren yazarlar, birçok çalışmanın beklenen farklılıkları tahmin etmekte başarısız olduğunu aslında kuşaklar arası olduğu benimsenen farklılıkların gerçekte yaş etkisinden kaynaklanabileceği görüşünü ileri sürmektedirler.

Gürbüz de (2015: 39) kuşaklar arası farklılıklara odaklanan çalışmalarda elde edilen bulguların birbirleriyle çeliştiğini ve bu durumun teoride iddia edilen kuşakların ortak değerleri benimseyeceği görüşünü zayıflattığını ifade etmektedir. Yazara göre kuşaklar arası farklılıklara ilişkin oluşturulan genel algıya şüpheyle yaklaşılmalıdır.

3.5. Kuşakların Başlangıç ve Bitiş Yıllarına Dair Karmaşa

Kuşaklarla ilgili çıkarımlarda gerçekte etkiyi yaratan unsurun ne olduğunu belirleyebilmek için gerekli metodolojik tasarımlarla birlikte verili kabul edilen sınıflandırmaların yapısındaki belirsizlik ve karmaşa tutarlı sonuçlar elde etmeyi zorlaştırmaktadır. Bunlara ek olarak hem araştırma tasarımları için sorun yaratan hem de literatürdeki bulguları bir arada yorumlamayı güçleştiren bir başka belirsizlik ise kuşakların başlangıç ve bitiş tarihleri olarak alınan dönemlerden kaynaklanmaktadır.

Kuşaklara ilişkin sınıflandırmaların ve bu sınıfların temsil ettiği yılların genellikle tutarsız olduğu ve bu konuda birçok farklı görüşün varlığı vurgulanmaktadır (Smola ve Sutton, 2002; Yüksekbilgili, 2015). Costanza vd. (2012: 378) bu konuda oldukça faydalı ve basit bir yöntem kullanarak sorunu açıkça ortaya koymuşlardır. İşle ilgili konularda kuşaklar arası farklılıklara odaklanan ve meta analiz ile geçmiş bulguları değerlendirdikleri çalışmalarında, analize konu ettikleri çalışmaların kuşak sınıflandırmaları için kullandıkları başlangıç ve bitiş dönemlerini incelemiş ve bununla ilgili bir tablo oluşturmuşlardır. Dönem olarak 1920 öncesinden 2000 sonrasını, kuşak olarak da Gelenekselciler, Bebek Patlaması kuşağı, X kuşağı ve Milenyum kuşağını dikkate almışlardır. Yazarların değerlendirmelerine göre inceledikleri çalışmalarda kuşakların başlangıç ve bitiş yıllarında son derece farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bu türden bir uyumsuzluk kuşaklara ilişkin temel bir sorun arz etmenin yanında analizleri bir arada değerlendirmeyi de zorlaştırmaktadır.

Bu konuyla ilişkili bir diğer sorun ise Arsenault (2003: 125) tarafından ileri sürülmektedir. Yaşla ilgili bu sorunun iki boyutu olduğuna vurgu yapan yazar, bunların kuşaklar arasındaki farklılıklara ilişkin kesin yorum yapmayı güçleştirdiğini iddia etmektedir. Bunlardan ilki bir kuşağın başında ve sonunda doğan bireylerin “arada kalmaları” durumudur. Örneğin X kuşağı için başlangıç yılı 1965, Y kuşağı için başlangıç yılı ise 1980 olarak belirtilsin. 1980 yılının hemen başında doğan ve Y kuşağı üyesi bir bireyin, 1979 yılının sonunda doğmuş X kuşağı üyesi bir bireyden büsbütün farklı karakteristik özelliklere sahip olduğunu iddia etmek oldukça zordur. Bununla birlikte 1980 yılının başında doğan Y kuşağı üyesinin, 2000 yılında doğmuş bir Y kuşağı üyesiyle ortak değerleri paylaşması ya da aynı olayları hatırlamalarını ve bu olaylardan aynı şekilde etkilenmelerini beklemek de şüphelidir. Bu durum arada kalan etkisi olarak ifade edilebilir.

Dikkat çekilen bir diğer etki de geçiş etkisi (crossover effect) olarak belirtilebilir. Bu etki, tarihin belli bir döneminde yaşanan çok önemli bir olayın farklı kuşak üyeleri üzerinde benzer etkiler yaratma ihtimalinden kaynaklanmaktadır (Schewe and Noble, 2000: 138; Arsenault, 2003: 126). Bu da tarihin belli bir döneminde benzer olaylardan etkilenerek ortak deneyimler paylaşan bir grup olarak anılan kuşaklar tartışılırken, bir kuşak için önemli tarihsel bir olayın sonraki kuşaklar için de belirleyici olabileceğini göstermesi açısından dikkate değerdir.

3.6. Coğrafya, Demografi ve Bağlamdan Kaynaklanan Sınırlılıklar

Kuşaklarla ilgili çalışmaların sınırlılıkları ve açıklanan sorunlar dikkate alındığında, tasarlanan çalışmalar gruplar arası çeşitli farklılıklar bulabilir ancak bu farklılıkların kaynağının gerçekte ne olduğundan emin olmak son derece zor görünmektedir (Costanza ve Finkelstein, 2015: 13). Vurgulanması gereken bir diğer konu da araştırmaların ne tür demografik özelliklere sahip bireyler üzerinde, hangi coğrafyalarda ve nasıl şartlara sahip gruplar üzerinde gerçekleştirildiğidir.

Reeves ve Oh (2007: 297) kuşaklar arası çalışmalar incelendiğinde tüm sosyo-ekonomik sınıfları dikkate alan bir araştırmanın mevcut olmadığını dile getirmektedirler. Ayrıca araştırmaların odaklandığı bireyler genel itibarıyla üniversite öğrencilerinden ve gelecekte beyaz yakalı olma ihtimali yüksek kimselerden oluşmakta, mavi yakalılar bu araştırmalara konu olmamaktadır. Yazarlar bunlara ek olarak araştırmalarda Batı kültürlerinin temel alındığına dikkat çekmektedirler. Özellikle ABD kültürü üzerinden kurgulanmış sınıflandırmaların Türkiye bağlamına uygunluğunun tartışılması da gereklidir (Gürbüz, 2015: 40).

Bu konu, kuşak sınıflandırmalarıyla ilgili genelleme problemine işaret etmektedir. Sınıflandırmaların belirlendiği coğrafya ve bu sınıflandırmalara konu olan bireylerin sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri dikkate alındığında, bu bilgi birikiminin dünyanın geri kalanı için ne anlam ifade ettiği tartışmaya açıktır. Buna ek olarak, demografik, kültürel, sosyo-ekonomik ve coğrafi farklılıklar, belirleyici tarihsel olaylardan bu olayların bireyler tarafından nasıl algılandığına kadar, kuşak tartışmalarıyla ilgili pek çok konuyu etkileme ihtimaline sahiptir. Bu bağlamda tüm coğrafyaları ve tüm bireyleri kapsayacak evrensel bir kuşak sınıflandırmasının kurgulanması oldukça zor görünmektedir.

Edmunds ve Turner (2005) ise bu konuya karşılık küresel kuşaklar kavramına dikkat çekmektedirler. Yazarlar özetle, bilgi teknolojilerinin küresel boyutta iletişime imkan vermesi, deneyimlerin paylaşımını da aynı boyuta çektiğini öne sürmektedirler. Ancak yazarların bu görüşlerinin yanında farklı coğrafyalar ve kültürel bağlamlarda yer alan bireylerin aynı olayları deneyimleseler bile benzer şekilde etkilenmelerinin olasılığı tartışmaya değerdir.

3.7. Kalıp Yargılar, Aşırı Genelleme ve Popülerleşme

Kuşaklar, tarihsel ve sosyal bir bağlamda ele alındığında olayların, bir kuşağı nasıl biçimlendirdiği ya da değerlerini etkileyerek onu nasıl diğerlerinden ayırt etmeye yaradığı sorusunun cevabı oldukça önemlidir. Buna karşın araştırmalar, bireyleri bir kuşağa dahil etmeye yarayacak türden sosyal etkilerin dayanağını belirlemekten uzaktırlar. Aksine, daha önce yapılan gruplandırmalar verili olarak kabul görmekte, kuşakların ve kuşakları oluşturan bireylerin sosyal ve tarihsel olgulara yakınlığına ilişkin kanıt aranmamaktadır (Parry ve Urwin, 2011: 83).

Costanza vd. (2012: 379) ise paylaşılan ortak deneyimlerin bireyler üzerindeki etkisinin tespit edilmesindeki güçlüğe dikkat çekmektedirler. Yazarlara göre, aynı grupta yer alsalar dahi farklı özelliklere sahip bireylerin ortak deneyimlerden nasıl etkilendiklerini ve bu deneyimlerin farklı bireyler üzerinde ne tür davranışsal sonuçlar yaratacağını belirlemeye yönelik çalışmalar oldukça sınırlı sayıdadır.

Etkilerin test edilmesi zor ve dayanaklarına ilişkin kanıt arayışı zayıfken kuşaklara atfedilen özelliklere birçok çalışmada yer verilmekte ve bu ifadeler kalıp yargılara dönüşmektedir. Kuşaklara atfedilen özelliklerin bu denli yaygın kullanılmasının nedenlerini sosyal psikolojide bulabileceğimizi belirten Costanza ve Finkelstein (2015: 5-6) kalıp yargıların hızlı ve yoğun dünyada kestirme olduğunu ve işleri kolaylaştırdığını ifade etmektedirler. Yazarlara göre her ne kadar kuşaklarla ilgili kalıp yargılar yöneticilere satılan araçlar olsa da bu tür genellemeler problem çözmekten çok yaratmaya adaydır. Bu durum kalıp yargıların oluşmasına ve yeni tasarlanan araştırmaların da bu yargılar üzerine temellenen varsayımlarla gerçekleştirilmesine yol açmaktadır.

Kuşaklarla ilgili yargıların özellikle popüler medyada sıklıkla yer bulması da çeşitli sorunlara neden olmaktadır. Yaklaşımın sağladığı kolaylığının yanı sıra konunun daha görünür olması dolaylı olarak aşırı genellemeye sebebiyet vermektedir. Bu eğilim, birbirini besleyerek yargıların güçlenmesine ve genellemelerin de artmasına neden olmaktadır. Ancak Cennamo ve Gardner (2008: 891) konuyla ilgili değerlendirmelerde genellemelerden kaçınılması gerektiğini ifade ederken Gürbüz (2015: 40), kuşaklarla ilgili farklılıkların akademik yayınlar yerine popüler medya araçlarında daha fazla yer bulmasının da eleştiriyi hak ettiğini ifade etmektedir.

4. Kuşakların Pazarlama Alanında Kullanımı ve Bir Literatür Değerlendirmesi

Kuşakla ilgili çalışmaların en yaygın olduğu alanlardan bir tanesi pazarlamadır. Kuşaklara ilişkin sınıflandırmalar, karakteristik özellikler ve kuşaklar arası farklılıklar ile ilgili bilgi birikimi tüketici davranışlarını daha iyi kavramak ve daha anlamlı tüketici grupları oluşturmak için önemli bir araç olarak ifade edilebilir. Bu nedenle kuşak kavramının pazarlama uygulayıcıları için ne anlama geldiğini ve pazarlama alanında çalışan akademisyenlerin konuya yaklaşımını irdelemek bu konudaki bilgi birikimine katkı sunabilir.

4.1. Pazarlama ve Kuşaklar

Pazarlama; “müşteriler, alıcılar, ortaklar ve genel olarak toplum için değer yaratan önerileri yaratmak, iletmek, sunmak ve değiş tokuş etmek için gerekli faaliyet, kurumlar ve süreçler bütünü” (AMA, 2017) olarak tanımlandığında pazarlama ile ilgili çabaların odağında müşterilerin ve tüketicilerin yer aldığı görülmektedir. İşletmeler, bütün tüketicileri hedef kitle olarak belirleyemeyeceği için belirli ve anlamlı ölçütlere göre tüketicileri sınıflandırma ihtiyacı söz konusudur. Bu kapsamda tüketicilerin özelliklerini, tutumlarını ve kararlarını anlayabilmek önemlidir. İşte kuşak kavramı ve kuşaklara ilişkin sınıflandırmalar, pazarlamacılar için tüketici grupları oluşturmaya imkan veren araçlar olarak değer kazanmış ve özellikle uygulayıcılar arasında popüler hale gelmiştir.

Parry ve Urwin (2011: 83), pazarlama alanındaki kuşak tanımının, tarihsel ve sosyal olayların yaratacağı etkiyle ilişkili olarak paylaşılan toplumsal değerler ve kültürel bilinçten faydalanma girişimi üzerinden kurgulandığını dile getirmektedirler. Bu yaklaşımın temelinde ise kuşakların ve ilgili sınıflandırmaların pazarlama amaçları doğrultusunda işlevselleştirilmesi yatmaktadır.

Buna karşın Schewe ve Meredith (2004: 52), pazarlama alanında yaş üzerinden belirlenen gruplar ile kuşakların birbirine karıştırıldığını ifade etmektedirler. Kuşak, doğum yılları üzerinden tanımlandığında bir kohortu temsil etmez. Bu bağlamda kapsamı çok daha geniş olan kuşak kavramının yalnızca yaş üzerinden belirlenmesi pazarlama çabaları için sorunlu bulunmaktadır.

Pazarlama alanındaki çalışmaların kuşak kavramına yaklaşımlarını değerlendiren Noble ve Schewe (2003: 985) birkaç soruna vurgu yapmaktadır. Bunlardan ilki, kuşaklara atfedilen karakteristik özelliklerin soyut değerler üzerine kurgulanması nedeniyle yapılan ayrımların soru işareti uyandırmasıdır. İkinci olarak, tarihsel olayların kolektif bir hafıza yaratabilecek olsa bile bir kuşağın temelini oluşturacak ya da kohort etkisine yol açacak kadar güçlü olup olmadığıdır. Son olarak, aile, akran ya da din gibi mikro

seviyedeki unsurların birey üzerindeki etkisi makro seviyedeki diğer unsurlara kıyasla daha belirleyici olabilecektir.

Kavram karmaşası ve diğer sorunlar göz önünde bulundurulduğunda pazarlama uygulayıcıları ve karar alıcılarının kuşak sınıflandırmalarına temkinli yaklaşımları ve pazarlama çabalarını kuşaklarla ilgili şüphe uyandıran konuları göz önünde bulundurarak tasarlamaları oldukça önemli görünmektedir.

4.2. Kuşaklar Arası Farklılıklar ve Sorunlarla İlişkili Bir Literatür Değerlendirmesi

Uygulayıcılar arasında kazandığı popülerliğin yanında kuşaklar pazarlama akademisyenleri tarafından da yoğun ilgi gören bir konu haline gelmiştir. Elbette bu, “uygulamalı sentez bir sosyal bilim” olarak (Erdoğan ve Çifci, 2015) ifade edilen pazarlamanın uygulama ile yakın ilişkisinden de kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda tüketici davranışlarını çözümlenmek ve kuşak temelli ayrımların varlığını test etmek için tasarlanan çalışmaların artış gösterdiği belirtilebilir. Bu bilgiler ve daha önce açıklanan sorunlar kapsamında pazarlama alanında ülkemizde gerçekleştirilen çalışmaların kuşak kavramına yaklaşımını değerlendirmek, konunun literatürümüzde nasıl ele alındığını görmek ve bu alandaki bilgi birikimine katkı sunmak açısından faydalı olacaktır.

4.2.1. Literatür Taraması Yöntemi

Literatür taraması bir araştırma sürecinin önemli bir parçasıdır. Araştırmacı, bilgi birikimini geliştirmek ve araştırma sorusuna yardımcı olması amacıyla ilgili çalışmaları haritalandırır ve değerlendirir. Bu sürecin sistematik, tekrar edilebilir ve şeffaf bir şekilde gerçekleştirilmesi ise taramayı daha güçlü kılmaktadır (Tranfield vd., 2003: 207). Bu nedenle pazarlama alanında, kuşaklar arası farklılıklara odaklanan çalışmaları tespit edebilmek ve incelemek amacıyla literatür taraması tekniğinden faydalanılmıştır.

Literatür taraması gerçekleştirilirken, konu ile ilgili çok sayıda ve farklı türde çalışma olması nedeniyle çalışmanın amacına uygun şekilde bazı kriterler belirlenmiş ve dışarıda kalan çalışmalar incelemeye dahil edilmemiştir. Bu kriterler şu şekilde sıralanabilir: a) Konunun pazarlama ve tüketici davranışları ile ilgisi, b) Çalışmaların ampirik bulgularının olması, c) Çalışmanın hakemli dergide yer alan bir makale olması, d) Konunun, kuşaklar arası farklılıklar bağlamında değerlendirilmesi. Kapsamlı olması adına tarama için herhangi bir zaman aralığı belirlenmemiştir. Literatür taraması gerçekleştirilirken Google Scholar ve Dergipark veri tabanlarından faydalanılmıştır. Arama gerçekleştirilirken, “Kuşak”, “Nesil”, “Jenerasyon”, “Tüketim” ve “Pazarlama” anahtar kelimelerinin kombinasyonları kullanılmıştır. Erişime açık yayınlara ulaşılmış ve kriterlere uyan çalışmalar belirlenmiştir. Daha sonra kriterlere uygun çalışmaların kaynakçaları taranarak ve bu çalışmalara atıf veren diğer çalışmalar incelenerek ilk aşamada yer almayan diğer yayınlara da erişim sağlanmıştır. Kuşak farklılıkları ile ilgili kavramsal ve nitel araştırma yöntemini benimsemiş çalışmalar değerlendirmeye alınmamıştır. Tarama, 2020 yılı Mart ayında sonlandırılmıştır. Her ne kadar sistematik bir yol izlenmeye çalışıldıysa da amaç, konu ile ilgili genel bir değerlendirme yapmak olduğu için çalışmaların tümüne eksiksiz bir şekilde ulaşıldığı iddia edilmemektedir (Değerlendirmeye dahil edilen çalışmalara ilişkin kaynakça bilgisi ekte sunulmaktadır).

4.2.2. Bulgular ve Değerlendirilmesi

Literatür taraması sonucunda erişilen çalışmalar ilgili eleştirel yazında vurgulanan sorunlu konular bağlamında incelenmiştir. Bu kapsamda, sorunlara ilişkin değerlendirme boyutları oluşturulmuştur. Yaş ve aralıklarla ilgili değerlendirmeler için kuşakların başlangıç ve bitiş yılları, farklı coğrafyalar ve demografik özelliklere ilişkin değerlendirmeler için örneklem yapısı, metodolojik sınırlılıklar için zaman boyutu ve kuşaklar arasındaki farklılıklara ilişkin sonuçların değerlendirilmesi için de farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını gösteren bir boyut eklenmiştir. Söz konusu değerlendirme boyutları kapsamında gerçekleştirilen incelemenin sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Kuşak Çalışmalarındaki Sorunlara Göre Araştırmaların Değerlendirilmesi

	Kuşaklar ve Başlangıç Bitiş Yılları	Örneklem (Meslek)	Demografik Özellikler (Eğitimin Örneklemdeki Temsil Oranı)	Zaman Boyutu	Fark
1	X Kuşağı (1965-1979) Y Kuşağı (1980-1999)	X Kuşağı (Hanehalkı) Y Kuşağı (Öğrenci)	İlköğretim ve lise: %13,6	Kesitsel	Var
2	Bebek Patlaması (1948-1966) X Kuşağı (1967-1982) Y Kuşağı (1983-2002)	Öğrenci, çalışan, ev hanımı ve emekli	İlköğretim ve lise: %61,2	Kesitsel	*
3	X Kuşağı (1963-1980) Y Kuşağı (1980 sonrası)	*	*	Kesitsel	Var
4	Y Kuşağı (1980-1999) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	Çoğunlukla öğrenciler	*	Kesitsel	Kısmi
5	X Kuşağı* Y Kuşağı*	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %6,5	Kesitsel	Var
6	X Kuşağı (1965-1980) Y Kuşağı (1981-2000)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %38,8	Kesitsel	Var
7	Sessiz Kuşak (1925-1945) Bebek Patlaması (1946-1964) X Kuşağı (1965-1979) Y Kuşağı (1980-1999) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %57,7	Kesitsel	*
8	X Kuşağı* Y Kuşağı* (1966-2000 aralığı verilmiş)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %35,7	Kesitsel	Kısmi
9	X Kuşağı (1965-1981) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %68	Kesitsel	Kısmi
10	X Kuşağı (1965-1983) Y Kuşağı (1983-1998)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %36	Kesitsel	Yok
11	X Kuşağı (1965-1979) Y Kuşağı (1980-1999) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	*	İlköğretim ve lise: %52,8	Kesitsel	Var
12	X Kuşağı (1965-1976) Y Kuşağı (1977-1994)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %72,2	Kesitsel	Kısmi
13	X Kuşağı (1965-1980) Y Kuşağı (1981-1996)	*	İlköğretim ve lise: %3,1	Kesitsel	Kısmi
14	Y Kuşağı (1980-1999) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	*	*	Kesitsel	Var
15	X Kuşağı (1965-1979) Y Kuşağı (1980-2001) Z Kuşağı (2002 ve sonrası)	*	İlköğretim ve lise: %46,6	Kesitsel	Kısmi
16	Sessiz Kuşak (1925-1945) Bebek Patlaması (1946-1964) X Kuşağı (1965-1979) Y Kuşağı (1980-1999) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	Farklı meslek grupları	İlköğretim ve lise: %39,8	Kesitsel	Kısmi
17	X Kuşağı (1965-1979) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	*	İlköğretim ve lise: %62,5	Kesitsel	Kısmi
18	X Kuşağı (1965-1977) Y Kuşağı (1978-1994)	*	İlköğretim ve lise: %51,2	Kesitsel	Kısmi
19	X Kuşağı (1965-1980) Y Kuşağı (1981-2000) Z Kuşağı (2000 ve sonrası)	*	İlköğretim ve lise: %0	Kesitsel	Var

*Yeterli bilgi mevcut değildir.

Pazarlama alanında kuşak farklılıklarına odaklanan çalışmalar özellikle 2010'lu yılların ikinci yarısından itibaren artış göstermiştir. Çalışmaların en çok ilgi gösterdiği konulardan biri tüketici karar verme tarzlarının kuşaklara göre farklılaşıp farklılaşmadığıdır (Engizek ve Şekerkeya, 2016; Kavalcı ve Ünal, 2016; Yüksekbilgili, 2016; İrge ve Karaduman, 2018; Özden, 2019). Tüketicilerin çevre dostu ürünleri kullanma eğilimlerini (Göksu vd., 2017) ve yeşil ürünleri satın alma davranışını (Yürük-Kayapınar vd., 2019) kuşak farklılıkları üzerinden araştıran çalışmalar da mevcuttur. Bunlara ek olarak çalışmaların bir kısmı kuşak farklılıkları temelinde tüketicilerin hedonik tüketim eğilimleri (Can ve Yiğit, 2018; İlğaz, 2018)

ve genel olarak tüketim davranışları ve satın alma tercihleri üzerine odaklanmıştır (Sarı ve Harta, 2018; Koçer ve Aysel, 2019).

Ele alınan çalışmalar belirlenen kriterlere göre değerlendirildiğinde kuşaklarla ilgili eleştirel literatürün değindiği sorunların önemli bir kısmının ulusal pazarlama yazınında kuşaklar arası farklılıkları araştıran çalışmalarda da gözlemlendiğini ifade etmek mümkündür. En temel konulardan biri çalışmalarda kuşak sınıflandırması için gözetilen tek değişkenin yaş olduğudur. Daha önce de ifade edildiği gibi bir bireyin bir kuşağa dahil olmasında doğum yılı, diğer unsurlardan yalnızca bir tanesidir. Bununla birlikte çalışmalarda benimsenen sınıflandırmalar, çok farklı coğrafyaların ve tarihsel süreçlerin bir ürünüdür. Belirlenen yaş aralıklarının araştırma örneklemine dahil olan bireyleri sınıflandırmak için ne tür bir anlam ifade ettiği açıklanmamaktadır. Bu durum bulguların yorumlanmasını zorlaştıran bir etken olarak değerlendirilebilir. Ayrıca kuşakların başlangıç ve bitiş yıllarının bazı çalışmalarda farklılaştığı ve bu konudaki belirsizliğin ulusal yazında da geçerli olduğu görülmüştür. Bu noktada yıllara bağlı olarak ortak değerler ve karakteristik özellikler ile ilgili kesin çıkarımlar yapmanın zorluğu ve arada kalanların etkisi gibi konular göz ardı edilmemelidir.

Çalışmalardaki örneklem yapısı incelendiğinde doğum yıllarına bağlı olarak üniversite öğrencilerinin ağırlıkta olduğu tespit edilmiştir. Bunun dışında farklı mesleklerin etkilerini gözlemlemeye imkan verecek grupların araştırmalarda temsil edildiği gözlenmiştir. Eğitim durumlarına ilişkin değerlendirme boyutu ise mesleklerle birlikte sosyo-ekonomik statü hakkında bir fikir vermesi açısından kullanılmıştır. Elbette burada gelir daha belirleyici bir değişken olarak eklenebilirdi ancak araştırmada yer alan kuşak üyelerinin çoğunluğunun öğrenci olması ve öğrencilerin aylık gelirinin olmaması (ya da ailelerin gelirinin dikkate alınması) nedeniyle bu değişken üzerinden çıkarım yapılmamıştır. Diğer taraftan eğitim durumu düşük olan bireylerin çalışmaların bir kısmında yer almaması kuşak çalışmalarıyla ilgili örneklem sorunu kapsamında yorumlanabilir. Çalışmayan ya da çalışmayan, eğitim görmeyen, gelir sahibi olmayan bireylerin kuşak çalışmalarında yer bulmaması kuşaklarla ilgili genellemeler için soru işaretine neden olmaktadır.

Eleştirel literatürün belirlediği en temel sorunlardan biri de araştırmaların zaman boyutudur. İncelenen çalışmaların hepsinin kesitsel olarak tasarlandığı görülmüştür. Bu durumun, boylamsal araştırma tasarımlarının zorluğundan kaynaklandığı öngörülebilir ancak daha önce de vurgulandığı gibi kuşak etkisini ortaya koymanın en önemli gereklerinden bir tanesi bu tür araştırma tasarımları olarak ifade edilmektedir. Son olarak çalışmalarda kuşaklar arasındaki farklılıklar için oluşturulan hipotezlerin çoğunluğunun kısmen desteklendiği tespit edilmiştir. Bu bir taraftan konunun bağlamı ve hipotezlerin kurgusuyla ilişkilidir ancak diğer taraftan kuşaklar arasında net çizgilerle var olduğu ifade edilen ayrımların her zaman karşılık bulmayacağına işaret etmektedir.

5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışmanın amacı, kuşak kavramının çok boyutlu yapısı ve kuşaklarla ilgili çalışmalarda karşılaşılan sorunlu konular için bir çerçeve sunmaktır. Bunun için kuşak kavramına ilişkin tanımların yanında tarihsel arka plana da yer verilmiştir. Ayrıca kuşaklara ilişkin eleştirel literatürden beslenerek geçmiş çalışmalardaki sorunlar sistematik bir şekilde açıklanmış ve pazarlama literatüründe kuşaklar arası farklılıklara odaklanan çalışmalar üzerinden bu sorunlar değerlendirilmiştir.

Çalışmada, kavramın tarihsel kökenlerinin ve tanımlarının detaylı bir şekilde ele alınması bilinçli bir tercihtir. Bu tercihle, kuşak sınıflandırmalarına ait verili bir şekilde kabul edilen kalıp yargıların ötesinde kuşakla ilgili tartışmaların oldukça köklü bir geçmişe sahip olduğunu göstermek hedeflenmiştir. Bunun yanında kuşakların, yaş aralıkları ve üyelerine atfedilen özellikler dışında paylaşılan ortak değerler, tarihteki önemli olaylar ile bunların etkileri ve kuşak üyelerinin bu ortak deneyimlerden nasıl etkilendiği gibi konuların, kuşakları anlamak için belirleyici olduklarına vurgu yapılmak istenmiştir. Buradaki temel gayenin, kuşaklarla ilgili çalışmaları çevreleyen indirgemeci tutumların taşıdığı riskleri aktarmak ve bu risklerden kaçınmanın yolları için bir perspektif sağlamak olduğu dikkate alındığında çalışmanın bu yönde bir katkı sunduğu düşünülmektedir.

Çalışmada ayrıca kuşaklarla ilgili araştırmalarda karşılaşılan sorunlar sistematik bir şekilde ele alınmış ve detaylandırılmıştır. Bununla birlikte bu sorunları aşmanın çeşitli güçlükleri de (Pilcher, 1994: 494) ortaya çıkmıştır. Her ne kadar ulusal pazarlama literatürü kapsamında incelenen çalışmalarda belirlenen sorunların bir bölümü mevcut olsa da bu çıkarım yalnızca incelenen çalışmalarla ve bu alanla sınırlı değildir. Uluslararası yazında, örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimi gibi başka alanlarda yapılan çalışmaların büyük çoğunluğunun da belirtilen sorunlarla karşı karşıya olduğuna ilişkin kanaat ve bulgular son derece güçlüdür. Ancak literatürdeki sınıflandırmaların ötesinde tüketicileri, kendi ülkelerindeki belirleyici tarihsel olayları ve yaş dışındaki değişkenleri dikkate alarak gruplandırmaya (Schewe ve Meredith, 2004) veya kolektif hafızayı oluşturan tarihsel olaylara ve bu olayların bireyleri gelecekte nasıl etkilediğini kuşaklar bağlamında ortaya koymaya (Schuman ve Scott, 1989) çalışan araştırmalar, belirtilen zorlukları aşabilmek için kayda değer girişimlerin var olduğunun göstergesidir.

Yukarıdaki görüşlerden hareketle bundan sonraki çalışmaların, kuşaklara ilişkin özelliklerde ya da kuşaklar arası farklılıklarda etkiyi yaratan ya da farklılığı meydana getiren asıl unsuru tespit edebilecek araçlar geliştirmesi önemli görünmektedir. Bu bağlamda boylamsal araştırma tasarımları, demografik ve sosyo-ekonomik farklılıkları gözeterek örneklem tercihleri, kritik tarihsel olaylara ve ortak deneyimlere odaklanan yöntemler, coğrafya ve bağlam temelli alternatif sınıflandırmalar kuşaklarla ilgili kavrayışımıza katkı sunma potansiyeline sahiptir. Costanza ve Finkelstein (2015: 13) şimdiye kadar çalışmaların gruplar arasındaki bazı farklılıklardan öte bir şey söyleyemeyeceğini dile getirerek gerçekten kuşak temelli kapsamlı bir teorinin ortaya çıkması çağrısında bulunmaktadır. Ayrıca ülkemizde konuya eleştirel yaklaşan sınırlı sayıda çalışmaya (Gürbüz, 2015) ek olarak yapılacak araştırmalar da kuşaklarla ilgili bilgi birikiminin olgunlaşmasına yardımcı olacaktır.

Pazarlama alanındaki uygulayıcıların da kuşak sınıflandırmalarıyla ilgili popüler medya araçlarındaki kestirme varsayımlar ve aşırı genellemelere temkinli yaklaşması yerinde olacaktır. Schewe ve Noble (2000: 134) pazarlama yöneticilerinin, tüketicileri bölümlendirme konusunda kuşakların etkinliğini sorgulaması gerektiğini dile getirmektedirler. Bu nedenle hedef pazar bölümlendirme ve pazarlama iletişimi ile ilgili stratejiler belirlenirken kuşak kavramını gerçekte ifade ettiği çok boyutlu haliyle değerlendirmek oldukça önemlidir. Kuşaklar üzerinden kurgulanan pazarlama çabalarının, bu çalışmada belirtilen sorunların etkisini minimize etme motivasyonu ile tasarlanması işletmeler için stratejik üstünlük yaratabilir.

Bu çalışma özellikle literatür taraması ile ilgili bazı kısıtlara sahiptir. Her ne kadar ele alınan çalışmalar üzerinden genel bir çıkarım amaçlanmamış olsa da dahil edilme kriterlerinin dışında kalan eserlerin inceleme kapsamına alınmaması bir kısıt olarak ifade edilebilir. Kapsamın genişletilmesi ve sistematik literatür taramasının daha fazla boyutu dikkate alarak gerçekleştirilmesi kuşaklarla ilgili bilgi birikiminin daha iyi kavranmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca literatürdeki çalışmaları incelemenin ötesinde mevcut teoriyi sınavacak bir araştırma tasarlanması ve uygulanması, konuya önemli bir katkı sağlayacaktır.

MAKALE BİLGİ FORMU

Etik Onay ve Katılımcı Rızası

“Kuşak Çalışmalarındaki Sorunlu Konulara İlişkin Bir Değerlendirme’ başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış, karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde “Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Felsefe Dergisinin” hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk yazarlara aittir.”

KAYNAKÇA

American Marketing Association/AMA, (2017). Definitions of Marketing, <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> (Erişim Tarihi: 12.03.2020).

- Arsenault, P. M. (2004). Validating generational differences. *Leadership & Organization Development Journal*, 25 (2), 124-141.
- Bengtson, V. L., Furlong, M. J., & Laufer, R. S. (1974). Time, aging, and the continuity of social structure: Themes and issues in generational analysis. *Journal of Social Issues*, 30 (2), 1-30.
- Benson, J. & Brown, M. (2011). Generations at work: are there differences and do they matter?. *The International Journal of Human Resource Management*, 22 (9), 1843-1865
- Burnett, J. (2010). *Generations: The Time Machine in Theory and Practice*. Surrey, UK: Ashgate Press.
- Can, P. & Yiğit, İ. (2018). Hedonik satın alma değerlerinin alışveriş memnuniyetine etkisi üzerine x ve z kuşaklarında karşılaştırmalı bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 821-847.
- Cennamo, L. & Gardner, D. (2008). Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit. *Journal of Managerial Psychology*, 23 (8), 891-906.
- Costa, C., Gilliland, G., & McWatt, J. (2019). 'I want to keep up with the younger generation'-older adults and the web: a generational divide or generational collide?. *International Journal of Lifelong Education*, 38 (5), 566-578.
- Costanza, D. P., Badger, J. M., Fraser, R. L., Severt, J. B., & Gade, P. A. (2012). Generational differences in work-related attitudes: A meta-analysis. *Journal of Business and Psychology*, 27(4), 375-394.
- Costanza, D. P., & Finkelstein, L. M. (2015). Generationally based differences in the workplace: Is there a there there?. *Industrial and Organizational Psychology*, 8(3), 308-323
- Edmunds, J., & Turner, B. S. (2005). Global generations: social change in the twentieth century. *The British Journal of Sociology*, 56 (4), 559-577.
- Engizek, N., & Şekerkaaya, A. (2016). X ve Y kuşağı kadınlarının karar verme tarzları bakımından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (36), 242-271.
- Erdoğan, B. Z. & Çifci, S. D. (2015). Uygulamalı sentez bir sosyal bilim olarak pazarlama. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 1 (1), 1-21.
- France, A. & Roberts, S. (2015). The problem of social generations: a critique of the new emerging orthodoxy in youth studies, *Journal of Youth Studies*, 18 (2), 215-230.
- Giancola, F. (2006). The generation gap: More myth than reality. *Human Resource Planning*, 29 (4), 32-37.
- Glenn, N. D. (1976). Cohort analysts' futile quest: Statistical attempts to separate age, period and cohort effects. *American Sociological Review*, 41 (5), 900-904.
- Göksu, N., Koska, A., & Erdem, M. B. (2017). X ve Y kuşaklarının çevre dostu ürünleri kullanım eğilimleri. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 109-122.
- Gürbüz, S. (2015). Kuşak farklılıkları: Mit mi, gerçek mi. *İş ve İnsan Dergisi*, 2 (1), 39-57.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials rising: The next great generation*. Vintage.
- İlğaz, M. (2018). Kuşaklar arası hedonik tüketim davranışlarının demografik özelliklere göre farklılıkları: Kastamonu ili merkez ilçesi üzerine bir araştırma. *Turkish Journal of Marketing*, 3 (1), 1-17.
- İrge, N. T., & Karaduman, İ. (2018). X ve Y kuşaklarında gönüllü sadelik algısının tüketici karar tarzlarına etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 120-143.
- Jaeger, H. (1985). Generations in history: Reflections on a controversial concept. *History and Theory*, 24 (3), 273-292.
- Joshi, A., Dencker, J. C., & Franz, G. (2011). Generations in organizations. *Research in Organizational Behavior*, 31, 177-205.

- Kavalcı, K., & Ünal, S. (2016). Y ve Z kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 1033-1050.
- Koçer, S., & Aysel, A. (2019). Kuşakların tüketim davranışlarındaki farklılıklar üzerine bir inceleme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 14, 77-105.
- Kowske, B. J., Rasch, R., & Wiley, J. (2010). Millennials' (lack of) attitude problem: An empirical examination of generational effects on work attitudes. *Journal of Business and Psychology*, 25 (2), 265-279.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration employees: strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 19 (1), 65-76.
- Mannheim, K. (1952). The problem of generations. In Kecskemeti P. (Ed.), *Essays on the Sociology of Knowledge: Collected Works*, New York: Routledge.
- Marias, J. (1968). *Generations: The concept*. International encyclopedia of social sciences. New York: Free Press.
- Nash, L. (1978). Greek Origins of Generational Thought. *Daedalus*, 107, 1-22.
- Noble, S. M., & Schewe, C. D. (2003). Cohort segmentation: An exploration of its validity. *Journal of Business Research*, 56 (12), 979-987.
- Özden, A. T. (2019). Pozitif algının ve tüketici karar verme tarzlarının Y ve Z kuşakları açısından karşılaştırılması. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 5 (1), 1-20.
- Palmore, E. (1978). When can age, period, and cohort be separated?. *Social Forces*, 57 (1), 282-295.
- Parry, E. & Urvin, P. (2010). Generational Differences in Work Values: A Review of Theory and Evidence. *International Journal of Management Reviews*, 13 (1), p.79-96.
- Pilcher, J. (1994). Mannheim's sociology of generations: an undervalued legacy. *British Journal of Sociology*, 45 (3), 481-495.
- Reeves, T., ve Oh, E. (2007). Generational Differences. in J.M. Spector, M.D. Merrill, J. van Merriënboer, & M.P. Driscoll (Ed.), *Handbook of Research on Educational Communications and Technology*, Springer.
- Rhodes, S. R. (1983). Age-related differences in work attitudes and behavior: A review and conceptual analysis. *Psychological bulletin*, 93 (2), 328.
- Sarı, E., & Harta, G. (2018). Kuşakların tüketim ve satın alma davranışları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (61), 968-980.
- Schewe, C.D. & Noble, S.M. (2000). Market segmentation by cohorts: the value and validity of cohorts in American and abroad, *Journal of Marketing Management*, 16, 129-42.
- Schewe, C. D., & Meredith, G. (2004). Segmenting global markets by generational cohorts: determining motivations by age. *Journal of Consumer Behaviour*, 4 (1), 51-63.
- Schuman, H. & Scott, J. (1989), Generations and collective memories, *American Sociological Review*, 54, 359-81.
- Smola, W. K., & Sutton, C. D. (2002). Generational differences: Revisiting generational work values for the new millennium. *Journal of Organizational Behavior*, 23 (4), 363-382.
- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. William Morrow & Co.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14 (3), 207-222.

- Twenge, J. M., Campbell, S. M., Hoffman, B. J., & Lance, C. E. (2010). Generational differences in work values: Leisure and extrinsic values increasing, social and intrinsic values decreasing. *Journal of Management*, 36 (5), 1117-1142.
- Wyn, J. & Woodman, D. (2006). Generation, youth and social change in Australia. *Journal of Youth Studies*, 9 (5), 495-514.
- Yang, S. & Guy, E. M. (2006). Genxers versus Boomers: Work motivators and management implications, *Public Performance & Management Review*, 29 (3), 267-284.
- Yüksekbilgili, Z. (2015). Türkiye’de Y Kuşağının Yaş Aralığı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (53), 259-267.
- Yüksekbilgili, Z. (2016). Tüketici karar verme tarzlarının kuşaklara göre değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (59), 1392-1402.
- Yürük-Kayapınar, P., Kayapınar, Ö., & Ergan, S. (2019). Tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışlarının kuşaklar bakımından incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11 (18), 2055-2070.
- Zemke, R., Raines, C. & Filipczak, B. (2000), *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*, AMACOM, New York, NY.
- <https://dergipark.org.tr/tr/>
- <https://scholar.google.com>

Ek: Literatür Taraması Kapsamında Değerlendirilen Çalışmalara İlişkin Kaynakça

- Aşık, N. A. (2019). X ve Z kuşağı tüketicilerin yiyecek tercihlerini etkileyen faktörler. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (4), 2599-2611.
- Başgöze, P., & Bayar, N. (2015). Eko otellerden hizmet satın alımında kuşaklar arası farklılaşmalar üzerine bir çalışma. *Sosyoekonomi*, 23 (24), 118-130.
- Can, P. & Yiğit, İ. (2018). Hedonik satın alma değerlerinin alışveriş memnuniyetine etkisi üzerine x ve z kuşaklarında karşılaştırmalı bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 821-847.
- Cop, R., & Gülez, N. (2016). Üç kuşak kadın tüketicinin lüks marka taklitlerini satın almaya yönlendiren faktörler. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 48-63.
- Danışman, A. Ş., & Gündüz, Ş. (2018). X ve Y kuşaklarının dışarıdan kahvaltı satın alma davranış farklılıkları. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (Özel Sayı), 707-728.
- Engizek, N., & Şekerkaya, A. (2016). X ve Y kuşağı kadınlarının karar verme tarzları bakımından incelenmesi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (36), 242-271.
- Göksu, N., Koska, A., & Erdem, M. B. (2017). X ve Y kuşaklarının çevre dostu ürünleri kullanım eğilimleri. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5 (3), 109-122.
- Gürler, E. H. & Erturgut, R. (2019). Hizmet kalitesinin X ve Y kuşağı müşterilerin tatmin düzeyleri üzerindeki etkisi: Havayolu endüstrisinde kuşak temelli bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (1), 135-153.
- İlğaz, M. (2018). Kuşaklar arası hedonik tüketim davranışlarının demografik özelliklere göre farklılıkları: Kastamonu ili merkez ilçesi üzerine bir araştırma. *Turkish Journal of Marketing*, 3 (1), 1-17.
- İrge, N. T., & Karaduman, İ. (2018). X ve Y kuşaklarında gönüllü sadelik algısının tüketici karar tarzlarına etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (3), 120-143.

-
- Kavalcı, K., & Ünal, S. (2016). Y ve Z kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (3), 1033-1050.
- Koçer, S., & Aysel, A. (2019). Kuşakların tüketim davranışlarındaki farklılıklar üzerine bir inceleme. *Kocaeli Üniversitesi İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi*, 14, 77-105.
- Okan, E., & Yalman, N. (2013). Türkiye’de tartışmalı reklamlar: kuşaklar arası karşılaştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31 (2), 135-152.
- Oğuz, G. V. (2017). Investigation of the effect of retro marketing on brand loyalty over generations X, Y & Z. *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 3 (1), 48-60.
- Özden, A. T. (2019). Pozitif algının ve tüketici karar verme tarzlarının Y ve Z kuşakları açısından karşılaştırılması. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 5 (1), 1-20.
- Sarı, E., & Harta, G. (2018). Kuşakların tüketim ve satın alma davranışları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11 (61), 968-980.
- Sarıtaş, E., & Barutçu, S. (2016). Tüketici davranışlarının analizinde kuşaklar: Sosyal medya kullanımı üzerinde bir araştırma. *Pamukkale Journal of Eurasian Socioeconomic Studies*, 3 (2), 1-15.
- Yüksekbilgili, Z. (2016). Tüketici karar verme tarzlarının kuşaklara göre değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15 (59), 1392-1402.
- Yürük-Kayapınar, P., Kayapınar, Ö., & Ergan, S. (2019). Tüketicilerin yeşil ürün satın alma davranışlarının kuşaklar bakımından incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 11 (18), 2055-2070.

