

Dijital yakalı sağlık çalışanlarının iş yaşamından beklentileri üzerine nitel bir araştırma

A qualitative study on the expectations of digital collar health employees

Büşra Baliç¹, Nilay Gemlik², Ali Arslanoğlu³

Yazar Bilgileri/ Author Information:

¹Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü,

²Marmara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü,

³Sağlık Bilimleri Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü

Anahtar Kelimeler:

Dijital Yaka, Y Kuşağı, Mobil Çalışma

Key Words:

Digital Collar, Generation Y, Mobile Work

Yazışma Adresi/Address for correspondence:
busraabalic@hotmail.com

Gönderme Tarihi/Received Date:

14.06.2020

Kabul Tarihi/Accepted Date:

01.09.2020

Yayımlanma Tarihi/Published Online:

28.09.2020

ÖZET

Giriş ve Amaç: Teknolojideki gelişmelerle birlikte üretim ve hizmet sektörleri de dâhil olmak üzere tüm sektörler hızla dijitalleşmektedir. Y jenerasyonu ile hayatımıza giren, dijital çağ dediğimiz bu çağda beyaz yakalıdan başlayarak en üst düzeydeki yöneticiye varana kadar olan çalışanların birçok kısmı iş yerlerine gitmek yerine uzaktan bir yerlerden (ev, kafe, dış ortam) işlerini yapmak istemektedir. Bu çalışmanın amacı, dijital yakalı sağlık çalışanlarının iş yaşamında kendilerini nerede konumlandırmak istediklerini ve çalışma yaşamından beklentilerinin ne olduğunu anlamak üzerinedir. **Gereç ve Yöntem:** Araştırmada nitel çalışma yöntemi kullanılmıştır. Dijital iş yaşamının içinde bulunan sağlık çalışanlarının tecrübeleri ve görüşleri sayesinde detaylı bilgiye ulaşılmak istenmesi sebebiyle araştırmanın amacına uygun olarak seçilen olgu bilim-fenomenoloji deseni kullanılmıştır. Araştırmanın verileri yüz yüze görüşmeler aracılığı ile katılımcıların kendi ofislerinde gerçekleştirilmiştir. **Bulgular:** Araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen verilerin analizi yapıldıktan sonra dijital yakalı sağlık çalışanlarının cevaplarına ilişkin tablolar oluşturularak yorumlanmıştır. **Sonuç:** Dijital yaka savunucuları, mobil olarak çalışmanın kişisel verimliliği artırdığını, çalışana en büyük katkısının ise esneklik olduğunu söylemektedirler. Stres açısından bakıldığında ise mobil çalışmanın stres seviyesini obalecek en minimum seviyelere kadar düşürdüğünü savunmaktadır. "Sabah kalktığımda ne giyeceğim?", "Öğle arasında nereye gidip yemek yiyeceğim?", "Çay ya da kahve içmek için nereyi tercih etsem?" gibi dertleri olmadan çalışmak yeni neslin favori tercihleri arasında yer alıyor gibi görünmektedir.

ABSTRACT

Introduction and Aim: With the advances in technology, all sectors including production and service sectors are rapidly becoming digital. Y generation, starting from the white collar in this era we call the digital age to reach the highest level of managers in many parts of the employees instead of going to work places (home, cafe, outdoor environment) wants to do their jobs. The aim of this study is to understand where digital collar health workers want to position themselves and what they expect from working life. **Materials and Methods:** Qualitative study methods were used in the study. Due to the experience and opinions of the healthcare professionals in the digital business life, due to the desire to reach detailed information, the selected phenomenon - phenomenology design was used. The data of the study were conducted through face-to-face interviews in the participants' own offices. As one participant pointed out, it was reported that it was forbidden to receive visitors to the office in terms of occupational health and safety, as the office had been renovated. **Results:** After analyzing the data obtained in line with the interviews with the participants within the scope of the research, tables related to the answers of the digital collar health workers were created and interpreted. **Conclusion:** Digital collar advocates say that working on mobile increases personal productivity, and the greatest contribution to the employee is flexibility. In terms of stress, they argue that mobile work reduces the level of stress to the minimum possible levels. "What will I wear when I wake up in the morning?", "Where am I going to eat during lunch?", "Where would I prefer to drink tea or coffee?" Working without such troubles seems to be among the favorite preferences of the new generation.

GİRİŞ

Y kuşağı ile hayatımıza giren dijital nesil adeta mobil çalışmak için can atar konuma gelmiş durumda. Çünkü dijital ortam sadece iş yaşamı olarak değil, bankacılık, ödeme işlemleri, sosyal ağlarda gezinme, market veya mağaza alışverişinde de mobil uygulamalar ile günümüzde çok yaygın olarak kullanılmaktadır.

Hatta o kadar yaygınlaşmaya başlamıştır ki, sadece Y kuşağı değil onların bir üst seviye büyükleri, ebeveynler, anneanne/ babaanne ve dedeler bile artık mobil hayata adaptasyon göstermektedirler. Bu şekilde dijital hayatın getirdiği alışkanlıklar Y kuşağının ötesine geçerek X kuşağı içinde vazgeçilmez bir hal almaktadır. Örneğin; hastaya evde bakımda doktorun önerilerinin yanında akıllarına takılan soruları ses butonundan arama

motorlarında arattırıp üstüne bir de hemen onları uygulamaya çalışmalarını adeta bir gelenek haline gelmiş durumda.

Hasta ne yiyecek? Ne yemeyecek?, Zararlı olan besinler neler?, Hangi gıda takviyeleri iyileşmeye yardımcı olur? vb. soruların her birini sanal mecradan öğrenebilme yetisine de sahipler. Artık teknolojik yenilikler sadece genç nesli değil her kesimi hedef almaktadır. Bu durum rekabet piyasasında varlığını sürdürmeye çalışan tüm kurumlar için de kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir.

Gelişmiş teknoloji kurumları daha rekabetçi olmaya sürüklemek ile birlikte rekabette yarışa da olanak sağlamıştır. Teknoloji, aynı zamanda iş şekillerini de değiştirmiştir. Örneğin, bilişim (bilgisayar + iletişim) teknolojisi sanal ortamda ticaret (elektronik ya da e-ticaret) yapmayı, uzaktan çalışmayı (evden ya da gezgin / mobil olarak iş yapmayı) mümkün hale getirmiştir(1).

Teknolojinin yapılan iş yapısını ve çalışma biçimlerini değiştirmesiyle mesleklerdeki yaka renkleri de değişime uğramıştır. Bilinen mavi ve beyaz yakalara yönetici kesimin hitap ettiği sarı (altın) yakanın eklenmesinden sonra günümüz şartları ve teknolojiyle dijital / mobil yakalılar dediğimiz kesimde ortaya çıkmaktadır.

İŞ YAŞAMINDA YAKA RENKLERİ

Bu bölümde iş yaşamındaki yaka renklerinden bahsedilecektir. Bahsedilen yaka renkleri arasında; mavi yaka, beyaz yaka, sarı (altın) yaka ve diğer yaka türleri (kırmızı yaka, gri yaka, yeni yaka, turuncu yaka, yeşil yaka, sanal yaka, kara (siyah) yaka, pembe yaka) yer almaktadır.

Mavi Yaka:

İşçi sınıfının bir üyesi olan mavi yakalı kesim, el işi yapan ve saat başına ücret alan ya da yapılan işin miktarı için ücret ödenen çalışanlara verilen isimdir. Mavi yakalılar beden gücüyle maaş veya süreli ücret karşılığı çalışanlardan oluşur. Mavi yakalılar el emeğine dayanan işler için çalışırlar. Mal veya hizmet üretimi yapan bir işletmede, arazide, sahada veya üretim tezgâhı başında bire bir emek sarf eden ve zihin gücüne oranla daha fazla bedensel güce dayalı işlerde çalışan mavi yakalı kesim, maaş dışında parça başına, saatlik veya günlük ile de ücretlendirilebilirler(2).

Beyaz Yaka:

Beyaz yakalı olarak isimlendirilen gruba baktığımızda hizmet, perakendecilik vb. sektörlerde çalışan harcadıkları emek türü genellikle çok yüksek nitelik gerektirmeyen çalışanlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışanların hem aldıkları ücret hem de çalışma koşullarının giderek işçi sınıfına yaklaşmış olması sebebiyle yakın zaman tartışmalarda onları işçi sınıfının bir parçası olarak kabul etme eğilimi doğmuştur. Beyaz yakalıları geleneksel işçi sınıfından ayıran özelliklere baktığımızda çalışmanın özerklik derecesi, gözetime yakınlık, sorumluluk düzeyleri, görevlerin kol ya da zihin emeği mi gerektirdiği ve kariyer imkânları arasındaki farklılıklar belirgindir(3).

Sarı (Altın) Yaka:

Sarı Yakalılar aslında beyaz yakaların üstü diyebiliriz. Beyaz Yakalardan daha iyi eğitim görmüş ve daha tecrübeli kişiler denilebilir. Örnek olarak çalıştığı bir yerde kendini geliştirmiş birinin kendi şirketini kurması sonucu sarı yaka olması. Bir başka deyişle şu şekil de açıklanabilir, 1 yönetici ve ona bağlı 4 kişi çalışıyor. Yönetici görevinden istifa veya emekli olduğunda şirket teknolojinin üst düzey de kullanıldığı alanlarda büyük ücretlerle transfer ve istihdam edilirler, eğer şirket yönetici almak istemezse yerine 4 çalışanın en verimlisini alıyor. Kıdemi yükselmesi sonucunda sarı yaka oluyor, genelde özerk çalışıyor(4).

Diğer Yaka Türleri:

Kırmızı Yaka: Kırmızı yakalılar her türden devlet işçilerini kapsamaktadır.

Gri Yaka: Gri yakalılar yetenekli teknisyenleri kapsamaktadır.

Yeni Yaka: Geleneksel olmayan eğitim yollarıyla çağdaş teknoloji endüstrisinde çalışanları kapsar.

Turuncu Yaka: Mahkûmlar tarafından giyilen turuncu renkten dolayı, hapishane işçilerini kapsar.

Yeşil Yaka: Çevre ve yenilenebilir enerjiye ilişkin çok çeşitli mesleklerde çalışanları kapsar.

Sanal Yaka: Robotlar gibi hem fiziksel hem de sanal olarak manuel işleri tekrarlayan görevlileri kapsar.

Kara (Siyah) Yaka: Madencilik veya petrol sondajı gibi işçilerin ile yasadışı mesleklerde çalışanları tanımlamak için kullanılır.

Pembe Yaka: Hizmet sektöründe çalışan işçi sınıfının bir üyesidir. Garsonlar, perakende satış memurları, satış görevlileri ve halkla ilişkileri içeren diğer birçok pozisyonda çalışırlar(2).

DİJİTAL / MOBİL YAKALILAR

Giderek daha da gelişen ve çalışma yaşamına entegre olan dijitalleşme, Dijital Yakalı kavramını gündeme getirmektedir.

Önceden beri süregelen mavi yaka, beyaz yaka kavramının üstüne sarı yaka dediğimiz yönetici kesimi de eklenmiştir. Şimdilerde ise bu bilinen yaka sınıflarının en üst modeli olan "Dijital Yakalılar" gelmektedir.

Dijital / Mobil Yakalı kavramı, artık dünyada kurumlar için alışılmış bir sınıflandırma haline dönüşmüştür. Beş çalışanın üçü verimli olmak için ofiste çalışmaya gerek olmadığını düşünmektedir. Bu çalışanların üçte birinden fazlası yataklarında bile çalışırken, hemen hemen yarısının ise tatildeyken çalıştığı bilinmektedir. Birçok çalışanın yemekte veya tuvalette çalıştığı, çocuk sahibi olan çalışanların bir kısmının ise, çocuklarının dâhil olduğu etkinliklere katılım gösterdikleri esnada çalıştıkları bilinmektedir. Bu durum zamana ve mekâna bağlı kalmadan istenilen her yerde çalışabilme olanağını getirmektedir(5).

Dijital Yaka çalışanları, kısa süreli mesleki eğitimlerle gelişen teknolojiyi kavrayabilen, yorumlama yapabilen ve kullanma becerisine sahip, teknik ve sosyal becerileri olan çalışanlar kesimini kapsamaktadır. Yeni yaka iş deyince akla veri bilimi, kodlama ve bulut bilişim kavramlarını içine alan işler gelse de bu şekilde sadece çok küçük bir alan tanımlanmış olur. Yeni yaka iş, dijital çağın ihtiyaçları doğrultusunda yazılım, programlama, istatistik ve matematik bilgi ve becerilerinin kullanılarak teknolojik çözümler üretip, onları yönetebilmek gibi büyük bir alanı kapsamaktadır. Özellikle bilgi teknolojileri uzmanları için operasyonel süreçlerin hızla dijitalleştiği iş dünyasında önemli görevler düşüyor ve yeni iş alanları açılmaktadır. Robotlar ve yeni tür makineler hayatımıza girmeye başladıkça, imalat sürecinde bu makinelerin parçalarını temin etmek, bakımlarını yapmak, yazılımlarını güncellemek için bu konuda eğitim almış ve beceri kazanmış çalışanlara ihtiyaç duyulacaktır(6).

KUŞAKLAR

Bu bölümde kuşaklar kavramı genel olarak ele alınacaktır. Kuşak kavramının tanımından ve kuşakların sınıflandırılmasından bahsedilecektir.

Kuşak Kavramının Tanımı

Kuşaklara dair tarihsel süreçte, bazı disiplinlerde kavramın Antik Yunan'a kadar dayandığı düşünülmektedir. Öncelikle kuşaklar arası değerlendirme yapan Karl Mannheim, toplumdaki sosyal yapıyı ve düşünceleri anlamak için kuşak sınıflandırmalarının oldukça mühim bir yerinin olduğuna dikkat çekmiştir. Kuşakların içerisinde bulunduğu zaman ve dönemin niteliklerinden ötürü farklı değerleri, ilgi alanları, inançları ve kültürleri bulunmaktadır(7).

Kuşak kavramı; aynı zaman aralığında dünyaya gelmiş,

yaşadıkları zaman içinde sosyal, ekonomik, kültürel değerlerinden etkilenmiş kişileri ve bu kişilerin oluşturduğu toplulukları ifade etmektedir. Her kuşak içerisinde yer aldığı toplumdaki etkilendiği kadar, düşünce ve hareketleriyle de toplumlara etkileyerek belirli ölçüde değiştirmişlerdir. Bu değişim, kuşaklar arasındaki farklılıkları ortaya çıkardığı gibi; değişimin bazı etkilerinin de, diğer kuşaklar sayesinde devam etmesini de sağlamıştır(8).

Kuşakların Sınıflandırılması

Bu bölümde baby-boomers kuşağı, X kuşağı, Y kuşağı ve Z kuşağından bahsedilecektir.

Baby-Boomers Kuşağı (1946 -1964):

Baby Boomers kuşağını, 1946 -1964 yılları arasında doğmuş olan kişiler oluşturmaktadır. İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonraki "nüfus patlaması" denilen yıllarda doğmuş 1 milyar insana "Baby Bombers" denmektedir. Ekonomik refah seviyesinin yavaş yavaş yükseldiği bu aralıkta ülkelerin siyasi, politik ve ekonomik yapıları içerisinde görülen değişiklikler, Baby Boomers'ın düşünce yapısını da etkilemiştir. Ayrıca Baby Boomers kuşağının sınırları belirlenirken ülkelerin ve kültürlerin arasındaki farklılıklar da bulunmaktadır. Baby-Boomers kuşağını, dünyanın insan hakları hareketlerini, radyonun altın çağını, Türkiye'nin ise ihtilali ve çok partili dönem sancılarının yaşandığı yıllarda doğmuş kişilerin oluşturduğu kuşak olarak tanımlamak mümkündür(9).

X Kuşağı (1965-1980):

X kuşağı, 1965 -1980 yılları arasında doğmuş, benzeyen niteliklere, tutumlara, inançlara ve arzulara sahip, benzer ekonomik, politik ve sosyal olayların içinde yaşayan bireylerden oluşan topluluk olarak tanımlanmaktadır. X kuşağının oluşturduğu dönem petrol krizleri ve diğer ekonomik çalkantılarla geçmiştir. Bu nedenle X kuşağı daha yetinmesini bilen, çalışkan, sadık, realist ve rekabet seven bir kişilik yapısına sahiptir. Kendinden önceki nesle nazaran daha özgürdürler. Bu kişiler küçüklükten beri anne babaları çalışan kısım olduğu için evde tek başlarına olan kişilerdir. Bu bireylerin girişimsel nitelikleri ve kendilerine olan güvenleri yüksektir. Başka insanlara güvenme duyguları az, sıkı iş saatleri ve takım çalışmalarını sevmeyen bireylerdir. Kendilerini hem işte hem sosyal hayatta geliştirmekle uğraşan, kültürel ve küresel çeşitliliğe değer veren, iletişim ve medya meraklı olan ve içinde girişimci ruhu olan kişilerden oluşmaktadır(10).

Y Kuşağı (1980 -2000):

Y Kuşağı ise, X Kuşağı'ndan tamamen farklı özellikler göstermektedir. Bu kuşağın en önemli özelliği internet ve

buna bağlı sosyal medya araçlarına olan bağlılıklarıdır. Bu nedenle bu kuşağa bazen "Milenyumlar-Millennials", "Facebook – Generation" veya "Gen-Net" (Generation Net) adı da verilmektedir. Bu kuşak sadakat duyguları az, girişimci, teknoloji bağımlısı, bireyci fakat sürekli olarak dünya ile bağlantı halinde olmak isteyen, çalışmaktan fazla hoşlanmayan, eğlence ve kazanmayı çok seven, yaşanan zamanın tadını çıkarmak isteyen, sürekli yenilik isteyen, kendileri açısından anlamlı iş arayan, otoriteye karşı olmamakla beraber koçluk ve mentorluk türü ilişkileri tercih eden, hızlı tüketen özelliklere sahip görünmektedir(11).

Z Kuşağı (2000 ve sonrası):

Z Kuşağı 2000 yılı ve sonraki yıllarda doğmuş bireylerin oluşturduğu kuşaktır. İnternet kuşağı, kristal kuşak, google kuşağı, .com kuşağı gibi benzetmeler de yapılmaktadır. Z kuşağının en bilinen özelliklerinden biri teknoloji içinde doğmuş olmalarıdır. Teknoloji ile doğmuş ve gelişimine şahit olmuş kuşak, teknolojik aletlerin kullanımı konusunda da son derece iyidir(12).

En büyüğü 19 yaşında olan bu nesil gözlerini teknolojiye açtıklarından hayatlarının her alanında teknolojiyle iç içe yaşamaktadırlar. Sosyal, akademik ya da ailevi tüm gerekliliklerinde de teknolojiden faydalanırlar(13).

GEREÇ VE YÖNTEM

Bu kısımda araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın modeli ve deseni, araştırmanın örnekleme ve katılımcıları, araştırmada kullanılan veri toplama yöntemleri, araştırmanın verilerinin toplanması, verilerin analizi, araştırmanın geçerlik ve güvenilirliği ile araştırmanın sınırlılıklarına yer verilmiştir. Makale Helsinki Deklarasyonu Prensipleri'ne uygun olarak oluşturulmuştur.

Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırma, günümüzde hemen hemen her sektörün dijitalleşmeye geçiş yapması ile birlikte artık klasik yaka yaklaşımlarının ve kuşakların aksine ortaya çıkan ve hızla önem kazanan "Dijital Yaka" kavramına dikkat çekmektedir.

Bu araştırmanın amacı, dijital yakalı sağlık çalışanlarının iş yaşamında kendilerini nerede konumlandırmak istediklerini ve çalışma yaşamından beklentilerinin ne olduğunu anlamak üzerinedir.

Araştırmanın Deseni ve Örnekleme

Araştırma yapılırken nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak görülen olgu bilim- fenomenoloji deseni kullanılmıştır.

Örnekleme araştırmanın amacına uygun olarak seçilmiştir. Araştırmanın örnekleme katılmayı kabul eden 5 kişiden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında etik açıdan katılımcıların kimliklerinin ortaya çıkmaması bakımından gerçek isimleri yerine numaralandırma yapılmıştır (Katılımcı 1, Katılımcı 2, ...).

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak uygun görülen yüz yüze görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşmeyi kabul eden katılımcılardan 4 katılımcı ile kendi ofislerinde, 1 katılımcının ise ofisinde tadilat olması sebebiyle dijital ortam iletişim programı Skype üzerinden görüşme yapılmıştır.

Görüşme esnasında verilerin doğru kaydedilmesi ve kullanılması açısından ses kayıt cihazı kullanmak uygun görülmüştür. Katılımcılardan izin istenerek görüşmeler ses kayıt cihazı ile sürdürülmüştür. Katılımcıların demografik verileri alındıktan sonra katılımcılara araştırma ile alakalı 4 adet soru yöneltilmiştir. Bu doğrultuda yönlendirilen sorular şu şekildedir:

DEMOGRAFİK VERİLER

Cinsiyet	Kadın / Erkek
Yaş Aralığı	20-25 / 26-31 / 32-39
Medeni Durum	Bekâr / Evli
Eğitim Durumu	Orta Öğretim / Lisans / Lisans Üstü -Doktora
Mevcut Pozisyon Durumu	Doktor- Hemşire / Şef-Yönetici / Müdür / Genel Müdür- Grup Müdürü (CEO) / Öğrenci
Bulunduğu Sektör	Özel / Kamu

SORULAR

Dijital iş yaşamı hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce nasıl olmalıdır? İş yaşamınızda sizi hangi çalışma ortamları motive eder? (Haftanın belirli günlerinde iş yeri dışında çalışma, esnek çalışma saatleri ya da sürekli olarak dijital ortamda işleri yürütmek vs.)

Sizin iş yerinizden beklentileriniz / istekleriniz nelerdir? Bu olsa çok tatmin olurum, daha verimli çalışırım dediğiniz bir durum var mıdır? Varsa bu durum nedir / nasıl olmalıdır?

Önceden dil bilmek yeterli sayılıyordu. Şimdi ise teknolojiyi bilmezsen yetersiz kabul ediliyor. Bu konu hakkında ne düşünüyorsunuz? Siz eğitim ve gelişim yöntemlerinden hangisini / hangilerini tercih ederdiniz?

(E-öğrenme, sosyal medyadan öğrenme, farklı projelere katılım, koçluk/mentorluk vs.) Bu yöntemi neden tercih ediyorsunuz? Size nasıl katkı sağlayabilir?

Bulduğunuz çağda kariyer basamakları sizce nasıl ilerlemektedir? Siz nasıl bir kariyer hedefliyorsunuz? Ve bunun için neler yapıyorsunuz? Hem kısa hem de uzun vadede beklentileriniz nelerdir? Yöneticinizin beklentileriyle sizin beklentileriniz arasında ne tür farklılıklar var? Bunun sebepleri nelerdir? Bu durumda karşılaştığınız zorluklarla nasıl başa çıkıyorsunuz?

Verilerin Toplanması

Görüşme yapılması planlanan kişilerle araştırma için görüşme yapılmadan önce randevu almak amacıyla iletişime geçilmiştir. Katılımcılardan birinin isteği üzerine görüşme soruları hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Katılımcılardan kendilerine uygun yer ve zamanı bildirmeleri talep edilmiştir. Tüm katılımcılar kendi ofislerinde görüşmenin uygun olduğunu bildirmişlerdir.

Aşağıdaki Çizelge 1’de katılımcılarla görüşülen mekân, görüşme sayısı ve görüşme süreleri ile ilgili bilgiler yer almaktadır:

Çizelge 1. Katılımcılarla Görüşülen Mekân, Görüşme Sayısı ve Görüşme Süreleri ile İlgili Bilgiler

Katılımcı No	Görüşmenin Yapıldığı Yer	Görüşme Sayısı	Görüşme Süresi (dk)
1	Katılımcının kendi ofisi	Katılımcı ile "1" görüşme yapılmıştır.	13.44
2	Katılımcının kendi ofisi	Katılımcı ile "1" görüşme yapılmıştır.	15.53
3	Katılımcının kendi ofisi	Katılımcı ile "1" görüşme yapılmıştır.	9.10
4	Katılımcının kendi ofisi	Katılımcı ile "1" görüşme yapılmıştır.	7.30
5	Skype	Katılımcı ile "1" görüşme yapılmıştır.	15.05

Çizelge 1’de araştırma kapsamında katılımcılarla görüşülen mekân, görüşme sayısı ve görüşme süreleri ile ilgili bilgiler verilmiştir. Görüşmeler katılımcıların istekleri doğrultusunda kendi ofislerinde ve dijital ortam iletişim aracı Skype aracılığı ile yapılmıştır. Her katılımcı ile bir defa görüşülmüştür. Görüşme süreleri sırasıyla 1. katılımcı ile 13 dakika 44 saniye, 2. katılımcı ile 15 dakika 53 saniye, 3. katılımcı ile 9 dakika 10 saniye, 4. katılımcı ile 7 dakika 30 saniye ve 5. katılımcı ile 15 dakika 5 saniye sürmüştür.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Verilerin söylem sayısı ve frekanslarını belirlenmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına uygun olarak beş farklı tablo oluşturulmuş ve yorumlanmıştır.

Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Geçerlik ve güvenilirlik nicel olarak yürütülen araştırmalar kapsamında olduğu kadar, bilimsel araştırmalar olması nedeniyle nitel araştırmalar için de araştırmanın çerçevesinin oluşturulması, verilerin toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması ile bulguların sunulması aşamaları için büyük önem teşkil etmektedir. Genel anlamda geçerlik, araştırma neticesinde elde edilen sonuçların doğruluğuyla ilgilenirken; güvenilirlik, araştırma sonuçlarının genellenebilirliği ve tekrar edilebilirliği ile ilgilenmektedir. Ancak nitel araştırmaların geçerliği ve güvenirligi nicel araştırmalardaki gibi "geçerlik ve güvenilirlik" kavramları çerçevesinde değil, nitel araştırmanın kendine has yapısına uygun olduğu düşünülen alternatif kavramlarla açıklanmaktadır(14).

Bu araştırmanın geçerlik ve güvenilirlik değerlendirmesi inandırıcılık, aktarılabilirlik (transfer edilebilirlik), tutarlılık ve teyit edilebilirlik kavramları doğrultusunda gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda inandırıcılık boyutunda, araştırmanın verilerinin kaynaklarıyla uzun süren etkileşim içerisinde bulunulmuştur. Bunun yanında, katılımcıların farklı algı seviyeleri, tecrübeleri ve bakış açıları ortak bir yere bağlanmaya çalışılmadan olabildiğince zenginlik ile çeşitleme yapılmıştır. Elde edilen veriler birbirleri ile karşılaştırılmış, yorumlanmış ve kavramsallaştırılarak çalışma derinlik odaklı olarak gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Transfer edilebilirlik kapsamında ise elde edilen veriler kodlama ve temalara göre düzenlenerek verinin doğal olması için olduğunca sadık kalınarak okuyucuya sunulmuş olup, ayrıntılı betimleme yapılmıştır. Ayrıca yazında nitel araştırmalarda aktarılabilirliği artırma açısından amaçlı örnekleme yöntemlerinin kullanılması önerilmekle birlikte, bu çalışmada örnekleme seçimi bu doğrultuda yapılmıştır. Araştırmanın tutarlılığının incelenmesinde ise, görüşme soruları hazırlanırken danışman ve uzman kişilerin görüşleri alınmış, görüşme esnasında benzer süreçlerde katılımcılara benzer yaklaşımlarla sorular yöneltilmiş ve veriler sonuçlarla ilişkilendirilmiştir(14).

BULGULAR

Bu kısımda, araştırma kapsamında katılımcılarla yapılan görüşmeler doğrultusunda elde edilen verilerin analizi yapıldıktan sonra tablolar oluşturulmuştur. Bunlara ilişkin veriler şu şekildedir:

Tablo 1. Katılımcıların Kişisel Bilgilerine İlişkin Bulgular

Kişisel Bilgiler		n	%
Cinsiyet	Erkek	5	%100
	Kadın	0	%0,0
Yaş Aralığı (Kuşak)	1980-2000 (Y Kuşağı)	5	%100
	1965-1980 (X Kuşağı)	0	%0,0
Medeni Durum	Bekâr	5	%100
	Evli	0	%0,0
Eğitim Durumu	Lisans	4	%80
	Lisansüstü	1	%20
Mevcut Pozisyon Durumu	Öğrenci	3	%60
	Doktor	1	%20
	Uzman	1	%20
Bulunduğu Sektör	Özel	3	%60
	Kamu	2	%40

Tablo 1’de görüldüğü üzere 5 katılımcının 5’i de erkektir. Araştırmanın örnekleminde kadın katılımcı bulunmamaktadır. Bu yüzden cinsiyete dair bulgular %100 olarak erkek katılımcılardan oluşmaktadır. Yaş aralığı olarak, katılımcıların 5’i de 1980-2000 tarihi arasında doğan Y kuşağı mensubudur. 1965-1980 arası doğan X kuşağı mensubu katılımcı araştırmanın örnekleminde bulunmamaktadır. Bu yüzden yaş aralığına ait bulgular %100 olarak 1980-2000 arası doğumlular olan Y kuşağındaki kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların 5’i de bekârdır. Araştırmanın örnekleminde evli katılımcı bulunmamaktadır. Bu yüzden medeni duruma ait bulgular %100 olarak bekâr kişilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların eğitim durumlarına bakıldığında, 4 katılımcı lisans, 1 katılımcı ise lisansüstü eğitimi almış olarak belirlenmiştir. Bu yüzden eğitim durumuna ait bulgular %80 oranında lisans, %20 oranında ise lisansüstü eğitim almış kişilerden oluşmaktadır. Katılımcıların mevcut pozisyon durumları ele alındığında, 3 katılımcının öğrenci, 1 katılımcının doktor, 1 katılımcının ise uzman (bilgisayar mühendisi) olduğu görülmektedir. Bu yüzden mevcut pozisyon durumuna ait bulgular %60 oranında öğrenci, %20 oranında doktor, %20 oranında ise uzman olan kişilerden oluşmaktadır. Araştırmaya katılan örneklemde 3 kişi özel sektörde bulduklarını, 2 kişi ise kamu sektöründe bulduklarını belirtmişlerdir. Bu yüzden katılımcıların bulunduğu sektör bulgularına bakıldığında %60 oranında özel, %40 oranında ise kamu sektöründe bulunan kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların dijital iş yaşamı denilince ilk aklına gelen düşünceler arasında birinci sırada üç boyutlu teknolojiler/ekipman yer almaktadır. Sırasıyla esnek çalışma saatleri, homeofis çalışma, kolaylık sağlama ve güvensiz olması takip etmektedir. Katılımcıların %30’u dijital iş yaşamında üç boyutlu teknolojileri ve ekipmanın olmasını, %30’u

esnek çalışma saatlerine sahip olmayı, %20’si homeofis çalışmayı, %10’u kolaylık sağladığını düşünürken, %10’u ise dijital iş yaşamını güvensiz bulmaktadır. Dijital iş yaşamında güvensizliğin evrakların çalınabilirliğinden doğacağını düşünmektedirler.

Tablo 2. Katılımcıların Dijital İş Yaşamı Hakkındaki Düşüncelerine İlişkin Bulgular

Değişkenler	n	%
Üç boyutlu teknolojiler / ekipman	3	%30
Esnek çalışma saatleri	3	%30
Homeofis çalışma	2	%20
Kolaylık sağlama	1	%10
Güvensiz olması	1	%10

Tablo 3’de görüldüğü üzere katılımcıların iş yerinden motivasyon beklentileri sıralandığında kullanılan araçların gelişmişliği %37,5 oranıyla birinci sırada yer almaktadır. İkinci sırada %25 oranla katılımcıların çalışma saatlerini belirlemek istedikleri görülmektedir. Üçüncü sırada %12,5 oranla multidisipliner çalışma ortamı, %12,5 oranla teknolojinin gelişmesiyle yapılan işin süresinin kısılması ve yine %12,5 oranla yan hakların olması katılımcıların iş yerinden motivasyon beklentileri arasında yer almaktadır. Aynı zamanda bazı katılımcılar ileride çalışma saatlerinin ortadan kalkacağını ve bununla motivasyonu etkileyici bir faktör olarak ortaya çıkacağını belirtmişlerdir.

Tablo 3. Katılımcıların İş Yerinden Motivasyon Beklentileri

Değişkenler	n	%
Kullanılan araçların gelişmişliği	3	%37,5
Çalışma saatlerini belirlemek	2	%25
Multidisipliner çalışma ortamı	1	%12,5
Teknolojinin gelişmesiyle yapılan işin süresinin kısılması	1	%12,5
Yan hakların olması	1	%12,5

Tablo 4’de görüldüğü üzere katılımcıların eğitim ve gelişim yöntemi tercihleri sıralanmıştır. Eğitim ve gelişim yöntemleri olarak; e-öğrenme, farklı projelere katılım, koçluk/mentorluk ve sosyal medyadan öğrenme sunulmuştur. Katılımcıların %33,3 ‘ü e-öğrenmeyi, %33,3’ü farklı projelere katılımı, %33,3’ü de koçluk/mentorluk yöntemini tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Fakat katılımcıların hiçbiri sosyal medyadan öğrenme yöntemini tercih etmeyeceklerini belirtmiş, sosyal medyadan öğrenmeyi riskli bulmuşlardır. Ayrıca sosyal medyadan öğrenmenin güvenilir bilgi kaynağı olmadığını ve bu bilgilerin toplanıp düzenli bir şekilde gerçekten öğrenme sürecine geçişinin zor olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 4. Katılımcıların Eğitim ve Gelişim Yöntemi Tercihleri

Değişkenler	n	%
E-öğrenme	3	33,3
Farklı projelere katılım	3	33,3
Koçluk / Mentorluk	3	33,3

Tablo 5'de görüldüğü üzere katılımcıların iş hayatında karşılaştıkları zorluklara karşı tutumları sıralanmıştır. Katılımcıların %28,6'sı yöneticisini veya çalışma arkadaşını teknolojiye adapte etmeye çalışacağını, %28,6'sı yöneticisi veya çalışma arkadaşıyla uzlaşmaya çalışacağını, %28,6'sı yöneticisi veya çalışma arkadaşıyla empati kurmaya çalışacağını, %14,2'si ise yöneticisi veya çalışma arkadaşıyla arasında çıkabilecek sorunları öngörmeye çalışacağını ifade etmiştir.

Tablo 5. Katılımcıların İş Hayatında Karşılaştıkları Zorluklara Karşı Tutumları

Değişkenler	n	%
Teknolojiye adapte etmeye çalışırım	2	28,6
Uzlaşmaya çalışırım	2	28,6
Empati kurmaya çalışırım	2	28,6
Çıkabilecek sorunları öngörmeye çalışırım	1	14,2

TARTIŞMA

Teknolojideki son dönem gelişmeleriyle birlikte üretim ve hizmetleri sektörleri dâhil olmak üzere tüm sektörler dijitalleşmenin eşiği altında bir değişim yaşamaktadır. Hizmetin üretiminin yaşandığı ve emek yoğun işletmelerde de her kademedeki çalışanın iş yaşamı koşulları ile ilgili fikirleri her geçen gün değişime ayak uydurmak istemektedir. Dijitalleşme ile birlikte işleri teknoloji üzerinden yürütmek ve dış ortamdan çalışmak daha cazip bir hale gelmiştir. Home-ofis iş yaşamı yeniçağda son derece gündem olacak bir konu haline gelmeye başlamıştır. E-öğrenme veya uzaktan öğrenme metodları da benimsenmeye başlamış ve tam anlamıyla teknolojik çağ adımı atılmıştır.

SONUÇ

Bu bölümde katılımcıların cevaplarından elde edilen bulgular genel anlamda değerlendirilmiştir. Çıkarılan sonuçlar özet olarak derlenmiştir. Ayrıca katılımcılarla yapılan görüşmelerden elde edilen verilere ilişkin öneriler getirilmiş olup görüşme esnasında karşılaşılan çeşitli durumlarla ilgili bundan sonraki çalışmalara öncü olabilmesi açısından çeşitli değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Araştırmanın katılımcılarının sorulara verdiği yanıtlar ve ilgili literatür dikkate alındığında belirli sonuçlara

ulaşmıştır. Çıkarılan sonuçlar maddeler şeklinde yazılmış olup, aşağıda sıralanmıştır.

Dijital ortam ve dijital yakalılar kavramları günümüzde önem kazanmaya başlamış olup, ileride daha da önem kazanmaya devam edecektir. Yapay zekâ uygulamaları, IoT (Nesnelerin İnterneti) ile birlikte iş hayatımızın yanı sıra gündelik yaşantımızda da sıkça bu kavramlara rastlamak mümkün olacaktır.

Dijital yakalılar ya da mobil yakalılar olarak iş yaşamına giren çalışanlarla birlikte çalışma saatlerinin ortadan kalkacağı ve esnek çalışma saati kavramının boyut atlayacağı bu çalışma ile öngörülmüş bir diğer sonuçtur.

Dijital yakalılar iş yaşamıyla ilgili gereklerini örneğin; toplantı yapmak, acil olan bir belgenin ulaştırılması gibi ihtiyaçlarında dijital ortam araçlarından yararlanmak istemektedirler.

Dijital yakalılar kendilerini teknolojinin geliştirici ve aynı zamanda da kullanıcı tarafında konumlandırmaktadır.

İş yaşamında verilerin kullanılması, saklanması ve iletimi konusunda katılımcıların 4'ü dijital ortamı gerekli bulup kullanma taraftarı olurken, katılımcıların 1'i ise dijital ortamı güvensiz bulmaktadır.

Dijital yakalıların teknolojinin gelişmesiyle iş yaşamında beklentileri arasında teknolojinin gelişmesiyle işin yapılma süresinin kısılmasını beklemektedirler. Bu durumun onları motive edeceği de öngörülen bir husustur.

Dijital yaşam ile birlikte insanların iş yaşamında birbirleri ile daha kolay iletişim sağlayabileceğini savunan dijital yakalılar network yapılarının daha da genişleyeceği ve bunun da iş yaşamında daha faydalı olabileceğini savunmaktadırlar.

İş yaşamında karşılaştıkları sorunlara karşılık ise, karşı tarafı anlamaya yönelik davranacakları, daha empatik olacakları ve geçmişten gelen iş yaşamı koşullarına nazaran daha anlamaya yönelik davranışlar benimseyecekleri de öngörülmüş bir diğer sonuçtur.

Multidisipliner çalışma ortamının dijital yakalılar için daha verimli olacağı söylenilebilir. Çünkü dijital yakalılar farklı perspektiflerden bakabiliyor olmanın verdiği avantajları kullanmanın iş yaşamında kendilerine fayda sağlayabileceği hususuna katılmaktadırlar.

E-öğrenme, esnek çalışma saatleri, home-ofis çalışma, iş yeri dışında çalışma gibi yeni nesil çalışma tarzlarına pozitif bakan dijital yakalılar, sosyal medyadan öğrenme konusuna bilgilerin çarpılabilirliği ve her an doğru bilgiye ulaşamama riski olduğunda dolaylı negatif bakmaktadırlar.

Dijital yakalılar teknoloji açısından bir genel kültürün

mutlaka olması gerektiğini ve bunun sürekli eğitim ve gelişim ile desteklemesi gerekliliğini savunmaktadırlar. İleride iş yaşamında teknolojik yeterlilik şartı olabileceğini de öngörmektedirler.

Dijital iş yaşamının olabilecek en konforlu şekilde sunulmasının motivasyon açısından önem taşıdığı bir diğer çıkarılan sonuçtur. Dijital yakalılar iş yaşamında çalıştıkları bilgisayarların, ortam sıcaklığına göre kendini ayarlayan klimalar, gün ışığına göre kendini ayarlayan perdeler gibi dijital öğelerin güncel ekipmanlardan oluşmasının kendilerini daha motive çalışabilecek konuma getireceğini de öngörmektedirler.

Bu çalışma ilerideki dijital yaka ve mobil çalışma ile ilgili yapılacak olan çalışmalara örnek niteliği oluşturmaktadır.

İleride yapılacak olan çalışmalara sunulabilecek öneriler arasında;

Nitel araştırma ile yürütülen bu çalışmanın yanında nicel araştırma yöntemlerinden de faydalanılabilir.

Dijital yaka ve mobil çalışma gündeme yeni giren ve henüz gelişmekte olan kavramlar olduğundan bu konu ile ilgili ölçek geliştirme çalışmaları da gelecekteki araştırmalar için faydalı olacaktır.

Bu araştırma diğer sektörlere de uygulanarak da aktif hale getirilebilir.

KAYNAKÇA

1. Benligiray, S.(2013). Human Resources Management. Ankara, Anadolu Üniversitesi Yayını.
2. Kaya, A.(2018). Yaka Renkleri ve Anlamları. Alıntı Tarihi: 29 04 2019, www.tech-worm.com.
3. Sağlam, M. Ş. (2016). Beyaz Yakalıların Sınıfsal Pozisyonuna Dair Teorik Tartışmalar. İstanbul, İstanbul Üniversitesi Yayını.
4. Zegerek, E. (2017). Mavi Yaka, Beyaz Yaka ve Sarı Yaka Nedir?. Alıntı Tarihi: 29 04 2019, www.pazarlamaturkiye.com.
5. Adıgüzel, O. Batur, Z. Ekşili, N. (2014). A New Style of Work with the Changing Face of Generations and Generation Y: Mobile Collar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19:165-182.
6. Anonim. (2018). Yeni Yaka'lılara Yer Açın. Alıntı Tarihi: 11 05 2019, www.geturkiyeblog.com.
7. Akgemci, T. Kalfaoğlu, S. (2018). A Research To Determine The Career Adaptation Skills Of X And Y Belts: Example Of High School Teachers. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, 8: 231-247.
8. Altuntuğ, N. (2012). Consumption From Generation To Generation And Consumer Profile Of The Future. Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4: 203-212.
9. Keçeci, E. (2019). Kanuni Sultan Süleyman Eğitim Ve Araştırma Hastanesi Acil Tıp Kliniği Kuşak Kavramı. Alıntı Tarihi: 27 04 2019, http://file.atuder.org.tr.
10. Kanbur, E. Şen, S. (2017). Comparison Of Generation X And Y Employees In Terms Of Career Adaptation Abilities And Career Satisfaction. International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 12: 115-134.
11. Koçel, T. (2014) . Business Management. İstanbul, Beta Yayınları.

12. Dölekoğlu, C. Çelik, O. (2018). Generation Y Food Consumers' Behavior. KSÜ Tarım ve Doğa Dergisi, 21: 55-66.
13. Doğan, Deniz. (2018). Y Kuşağı İş Hayatından Ne Bekliyor?. Alıntı Tarihi: 06 05 2019, www.unifestal.com/education.
14. Merriam, S.B. (2013). A Guide to Qualitative Research Design and Practice. Ankara, Nobel Yayıncılık.