

Urban Open Space Usages of Z Generation

Tuğba Düzenli^{1*} and Elif Merve Alpak¹⁺

¹ Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Trabzon-Türkiye

*Corresponding Author: tugbaduzenli@gmail.com

+Speaker: elifmerveakyol@hotmail.com

Presentation/Paper Type: Oral / Full Paper

Abstract – As a user, the human expects that the space should be designed to meet its own needs and to satisfy its goals. For this reason, designers should determine the changing uses and preferences of many different groups. Generation is the name of the group formed by people born in a certain period. Nowadays, it is generally used to emphasize the social or cultural structure of a period. Differences between generations are noticeably felt in every century, every period, every age. Generation Z is defined as the generation born between 2000-2020 and believed to be the future. These generations play with the tablets instead of toys, are a fast-consuming generation, and have developed the ability to deal with more than one subject. Therefore, it is expected that they will have different needs and different usage of spaces. As a result of this study, the open space utilization of the z generation was investigated. The study was conducted in the city of Trabzon in Turkey. It was aimed to determine the usage types of generation z by taking urban open spaces into consideration. For this purpose, 70 people from the z generation were surveyed in urban open spaces and their intended use was determined. Analyzes and tests of the data gathered by the survey showed that the Z generation was open for entertainment, sports, traveling with friends, meeting and so on. used for activities. As a result, generation z uses open spaces for purposes related to their generation and carries out activities for them in these places.

Keywords – Generation Z, Openspace Use, User Need

Z Kuşağının Kentsel Açık Mekân Kullanımları

Özet – Kullanıcı olarak insan, mekânın kendi ihtiyaçlarını karşılamak ve amaçlarını tatmin etmek üzere tasarlanması gerektiği beklentisi içindedir. Bu nedenle tasarımcılar pek çok farklı grubun değişen mekân kullanımlarını ve tercihlerini belirlemelidir. Kuşak ya da Jenerasyon belirli bir dönemde doğan insanların oluşturduğu gruba/nesile verilen addır. Günümüzde genellikle bir dönemin sosyal veya kültürel yapısını vurgulamak için kullanılan bir terim halini almıştır. Kuşaklar arası farklılıklar her yüzyılda, her dönemde, her çağda belirgin olarak hissedilir. Çalışmada da kullanıcı olarak z kuşağı ele alınmıştır. Z kuşağı 2000-2020 yılları arasında dünyaya gelen ve geleceğine inanılan kuşak olarak tanımlanır. Bu kuşaktakiler, oyuncak yerine tabletlerle oynarlar, çabuk tüketen bir nesildir, birden fazla konu ile ilgilenebilme yetenekleri gelişmiştir. Bu nedenle farklı ihtiyaçları ve farklı mekân kullanımları olması beklenir. Buna bağlı olarak çalışma kapsamında z kuşağının açık mekân kullanımları incelenmiştir. Çalışma Türkiye'nin Trabzon kentinde yapılmıştır. Kentsel açık mekânlar ele alınarak z kuşağının kullanım türlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla z kuşağından 70 kişiyle kentsel açık mekânlarda anket yapılmış ve buraları kullanım amaçları belirlenmiştir. Anket vasıtasıyla toplanan verilerin analizleri ve testleri göstermiştir ki, Z kuşağı açık mekânları eğlenme, spor, arkadaşlarla gezme, buluşma vb. etkinlikler için kullandıkları belirlenmiştir. Sonuç olarak z kuşağı açık mekânları kendi kuşağına yönelik amaçlar için kullanmakta, bu mekânlarda kendilerine yönelik etkinlikler gerçekleştirmektedir.

Anahtar Kelimeler – Z kuşağı, Açık Mekân Kullanımı, Kullanıcı İhtiyacı

I. GİRİŞ

Kuşak ya da Jenerasyon belirli bir dönemde doğan insanların oluşturduğu gruba/nesile verilen addır. Kuşak; “yaklaşık olarak aynı yıllarda doğmuş, aynı çağın şartlarını, dolayısıyla birbirine benzer sıkıntıları, kaderleri paylaşmış, benzer ödevlerle yükümlü olmuş kişilerin topluluğu” olarak tanımlanır. Sosyolojik tanımlar incelendiğinde ise, kuşaklar, belli tarihlerde doğmuş, sosyalleşme sürecinde ortak sosyal, politik, ekonomik vb. olaylardan etkilenmiş, koşullar gereği benzer sorumluluklar yüklenmiş oldukları için ortak değer, inanç, beklenti ve davranışlara sahip gruplar olarak açıklanabilir [1]. Günümüzde genellikle bir dönemin sosyal veya kültürel yapısını vurgulamak için kullanılan bir terim haline almıştır. Kuşaklar arası farklılıklar her yüzyılda, her dönemde, her çağda belirgin olarak hissedilir. Kuşaklar arası çatışmalar toplumda önemli problemlere dönüşürken, eski kuşakların yenileri anlamaya çalışması; toplumun birlikte yaşayabilmesi, ortak mekân kullanımı gibi konular açısından oldukça önemlidir.

1830-1840 yılları arasında kuşak çalışmaları ile ilgili bilimsel araştırmaları başlatan ilk kişi Auguste Comte olmuştur. Comte, kuşaksal değişikliklerin tarihsel süreç içerisinde hareket eden kuvvetler olduğunu ortaya koyarak, sosyal ilerlemenin ancak bir kuşağın bir sonraki kuşağa aktaracağı birikimler ile mümkün olduğunu belirtmiştir [2]. Kuşaklar yaslandıkça, kişilerin davranış özellikleri de değişkenlik göstermektedir. “Yaş etkisi” dediğimiz bu durum, farklı kuşakların aynı zaman diliminde farklı davranışlar sergilemelerinin bir açıklamasıdır. Her kuşağı diğerlerinden ayıran kendine ait bir tarihi ve birikimi vardır. Bu farklılık, önceki kuşakların yeni kuşaklara bıraktığı sosyo-kültürel ve siyasi mirastan kaynaklanmaktadır [3,4].

John Stuart Mill, August Comte ve Karl Mannheim’in kuşaklar ile ilgili yapmış oldukları çalışmaların üzerine araştırmalarını gerçekleştiren William Strauss ve Neil Howe (1991) kuşakları tanımlamak için aşağıdaki kriterleri kullanmaktadırlar [5];

- Kuşak üyelerinin tarihte paylaştıkları ortak bir yaş noktası olmalıdır. Bu kişiler yaşamlarının aynı dönemini yasarlarken tarihi olaylar ve sosyal eğilimler ile karşılaşılır.
- Kuşak üyelerinin, içinde buldukları dönem, o anki çocukluk veya yetişkinlik dönemlerine göre şekillenerek risk alma, kültür, değerler, çalışma hayatı ve aile hayatı gibi tutumlar da dahil olmak üzere davranış ve ortak inançları paylaşma eğilimindedirler.
- Akranları ile paylaştıkları deneyim ve becerilerin farkındadırlar, aynı kuşağa ait oldukları akranları ile bu aidiyeti birlikte paylaşırlar. Yapılan pek çok araştırma farklı kuşaklardaki kişilerin ait oldukları kuşağın özelliklerini her ne kadar dışarıdan o şekilde görülmeseler de benzersiz ve tek olarak tanımladıklarını göstermektedir. Bilinen ve sıklıkla kullanılan kuşaklar;

- Lost Generation (Kayıp Kuşak)
- I. Generation (Amerikan Askeri Kuşak)
- Silent Generation (Sessiz Kuşak)
- Baby boomers (Sandviç Kuşağı)
- Generation X
- Generation Y (Millennial Kuşağı)

- Generation Z (Milenyum/İnternet Kuşağı) olarak sınıflanmıştır.

Sonuç olarak farklı kuşakların farklı istek, ihtiyaç ve tercihleri vardır. Bu farklılıkları belirleyerek kullanıcıya uygun tasarımlar yapmak, kullanılabilir, iyileştirici, refah düzeyini arttırıcı, açık mekanlar yaratabilmek için önemlidir. Bu çalışmada da amaç; yeni bir kuşak olan z kuşağının farklılaşan ihtiyaçlarını belirleyerek, açık mekan kullanımlarındaki farklılıkların ortaya konmasıdır. Kentsel açık mekanlar ele alınarak bu kuşağa uygun olarak kullanım türlerinin ve yaptıkları etkinliklerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu doğrultuda z kuşağının açık mekan kullanımlarına yönelik tasarım kriterleri belirlenerek; yenilenecek, canlandırılacak ya da yeni oluşturulacak açık mekanların bu kuşağa hitap edebilmesi, böylece kullanıcılara iyileştirici ve refah arttırıcı uygun mekanlar yaratılması amaçlanmıştır.

II. Z KUŞAĞI VE ÖZELLİKLERİ

2000-2020 yılları arasında dünyaya geldiğine ve geleceğine inanılan bu kuşağın ilk üyeleri önümüzdeki 5 sene içerisinde çalışma yaşamına girmiş olacaklardır [6].

Z Kuşağı çocukları yeni teknolojik olanaklarla iletişim ve ulaşım kolaylıkları ile hep bir arada yaşamaktadırlar. Uzakta olsalar bile dijital aletleri ile her an sözel, hatta görsel iletişim kurarak, birbirlerine bağlanabilmektedirler. Bu kuşaktakiler, oyuncak yerine tabletlerle oynarlar, çabuk tüketen bir nesildir, birden fazla konu ile ilgilenebilme yetenekleri gelişmiştir. Önceki kuşaklardan farklı olarak, 'network' gençleri olarak kabul edilseler de uzaktan da ilişki kurabildikleri için, fiziksel olarak tek başlarına olacakları ve yalnız yaşamaya eğilimli olacakları tahmin edilmektedir Aynı anda birden fazla konuyla ilgilenebilme becerileri çok gelişmiş olduğu için insanlık tarihinin, el, göz, kulak vb gibi motor beceri senkronizasyonu en yüksek nesli olarak görülmektedirler [3]. Senbir (2004)' e göre bu kuşak; teknolojiye çok açık olacak hatta teknolojiyi artı bir araç olarak görmeyip, yaşamın doğal bir parçası olarak görecektir [7].

Ancak bu avantajlarının, bir yandan da dikkat ve konsantrasyon zorluklarıyla dezavantaja da dönüşebileceği düşünülmektedir. Yaratıcılığa izin veren aktivitelerden hoşlanmaktadırlar. Uzun dönemli hafızaları, ezberden çok oyun, hikayeleştirme ve hayallerle etkin hale gelebilmektedir. Sonuç odaklıdırlar. Bu kuşağın üyeleri tatminsiz, kararsız ve doğuştan tüketici oldukları için yaşamlarında otorite kavramının önemini kalmayacağı düşünülmektedir. Doğdukları andan itibaren içinde yaşadıkları ağlar, kimliklerini şekillendirmelerinde en büyük rolü oynayacaktır.

Türkiye’de 2000’den sonra doğanlardan oluşan bu kuşak aynı zamanda ‘Kristal Nesil’ olarak da adlandırılmaktadır. Uzmanların ‘derin duygusal’ sıfatıyla nitelendirdiği bu kuşak, Türkiye’nin %17’sini oluşturmaktadır [8]. Z Kuşağı’nın Türkiye nüfusu içindeki büyüklüğü 2015 yılında tahminen 18.000.000’a varacaktır. Hiyerarşiye soğuk durdukları ve iletişime açık oldukları için yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin organizasyon yapılarını değiştirecekleri düşünülmektedir. Bu kuşağın üyeleri olan çocuklar her şeyin kendilerine uygun olarak kişiselleştirilmesini beklemektedir [3]. Daha iyi eğitilmiş olmaları, bireysel ve bağımsız olmalarının yaratıcılıklarını arttıracak olması, doğruyu çekinmeden söylemelerinin motive edici bir ortam oluşturabilecek olması,

kuşaklar arası farkların azalması, sosyal ve iletişime acık olmaları ve böylelikle birbirlerini daha kolay anlayabilecek olmaları, internet sayesinde coğrafi sınırları kaldırmaları, kendilerini rahat ifade edebilecek olmaları bu kuşağın olumlu özellikleri arasında sayılmaktadır. Z Kuşağı üyelerinin sadakatsiz olmaları, azimli ve hırslı olmamaları, çabuk sıkıldıkları için kolay vazgeçebilecek olmaları ve her şeyi kişiselleştirmek istemeleri gibi ihtimaller de olumsuz özellikleri arasında sayılmaktadır [3]. Çok diplomalı, uzman ve buluşçu ayrıca tatminsiz ve kararsız olacakları da tahmin edilmektedir.

Sonuç olarak, bu kuşağın çok farklı kişilik gelişimleri, ihtiyaçları, algıları olduğu literatürde ortaya konmuştur. Peki bu kadar farklı özelliklere sahip olan z kuşağı kullanıcılarının açık mekanlarda yaptıkları ya da yapma istedikleri etkinlikler nelerdir? Çalışma bu soruya cevap bulmayı amaçlamıştır.

III. MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışma alanı, Doğu Karadeniz Bölgesi, Trabzon ili kentsel açık mekânlarıdır. Trabzon'un kuruluşu M. Ö. 2000 yıllarına inmekte ve Erzurum'dan geçen ve İran sınırına varan, Avrupa ile Asya'yı birbirine bağlayan tarihi İpek Yolunun başlangıcında kurulmuştur. Önemli bir tarihi kent olan Trabzon konumu dolayısıyla çok sayıda kültür varlığını bünyesinde bulundurmaktadır. Bu özelliği Trabzon'u Doğu Karadeniz Bölgesi illeri arasında ayrıcalıklı kılmaktadır.

Trabzon'da yaşayan z kuşağından 70 kişiyle kentsel açık mekanlarda anket yapılmıştır. Ankette kullanıcılara etkinlik listesi verilerek açık mekânlarda en çok yaptıkları etkinliği işaretlemeleri istenmiştir.

IV. BULGULAR

Ankette katılımcıların yaşları sorgulanarak, katılımcıların

	%		frequency	hangi kuşağa ait
	18-16 yaş	16-14 yaş		
Z kuşağı	12,4	10,5	26	70 belirlenmiştir
		10,5	22	
		10,5	22	

miştir (Tablo 1).

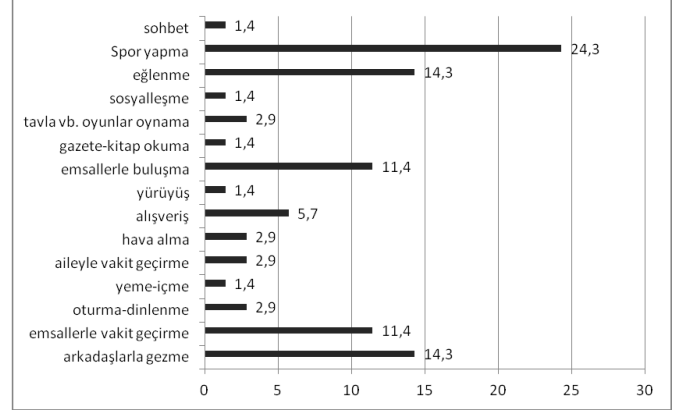
Tablo 1. Ankete katılan z kuşağı kullanıcıların özellikleri

Etkinliklere İlişkin Bulgular

Z kuşağındaki kullanıcıların kentsel açık mekânlarda neler yaptıklarını belirlemeye yönelik sorulan soruda 15 etkinlikten oluşan etkinlik listesi (arkadaşlarla gezme, emsallerle vakit geçirme, oturma-dinlenme, yeme-içme, aileyle vakit geçirme, hava alma, alışveriş, yürüyüş, emsallerle buluşma, seyir, gazete-kitap okuma, tavla vb. oyunlar oynama, sosyalleşme, eğlenme, spor yapma, sohbet) verilerek en çok yaptıkları etkinliği işaretlemeleri istenmiştir.

Z Kuşağı için en yüksek değeri spor yapmak (%24,3) cevabı almıştır (Şekil 1).

Z kuşağı kuşaklar arasında en genç hatta çocukluk ile gençlik arasında yer alan kuşak olarak en aktif etkinlikleri tercih etmiş, spor yapma en çok tercih edilen etkinlik olarak ön plana çıkmıştır. Çünkü bu kuşağın kendilerine olan



güvenleri yüksektir, ailelerinin onlara farklı baktığı gerçeği üzerinde titremeleri özgüvenlerini oldukça yükseltir. Bağımsızdırlar, özgürdürler, onlar için mümkün olmayan hiçbir şey yoktur [9]. Bu nedenle çalışmada çıkan aktif etkinlikleri tercih etmeleri beklenen bir sonuçtur.

Şekil 1. Z kuşağının etkinlik yüzdeleri

V. SONUÇ VE ÖNERİLER

Farklı istek, ihtiyaç ve tercihleri olan z kuşağının açık mekân kullanımlarını inceleyen çalışmanın sonucunda;

- Z kuşağının spor yapmak, eğlenmek, arkadaşlarla buluşmak gibi aktif etkinlikleri tercih ettiği belirlenmiştir.

Çalışma sonucunda z kuşağına göre belirlenen bu farklı tercih ve kullanımlar; kullanıcıya uygun tasarımlar yapmak, kullanılabilir, iyileştirici, refah düzeyini arttırıcı, açık mekanlar yaratabilmek için kullanılmalıdır. Çalışmada z kuşağının farklılaşan ihtiyaçları araştırılmış, açık mekân kullanımlarındaki farklılıklar ortaya konmuştur. Kentsel açık mekânlar ele alınarak z kuşağına uygun olarak kullanım türlerinin ve yaptıkları etkinlikler belirlenerek yapılacak tasarımlara ışık tutmak amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçları; yenilenecek, canlandırılacak ya da yeni oluşturulacak açık mekânların genç bir kuşak olan z kuşağına hitap edebilmesi, böylece kullanıcılara iyileştirici uygun mekânlar yaratılması açısından oldukça önemlidir.

KAYNAKLAR

- [1] Kon, B.. Kuşakları Anlamak. 2017. <http://www.humanica.com.tr/kusaklari-anlamak-yonetmek/>
- [2] Comte, A. The Positive Philosophy, (Ed. Abraham S. Blumberg), New York, Ams Press. 1974.
- [3] Toruntay, H. Takım rolleri çalışması: X ve Y kuşağı üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı, (Master Thesis). 2018.
- [4] Dereli, B., & Toruntay, H. Örgütlerde kuşakların iş değerleri, motivasyon ve mentorluk kavramlarına dayalı yönetimi. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, Tartışma Metinleri, (03), 05. 2015.
- [5] Howe, N., Strauss, W. Helicopter Parents in The Workplace (cevrimici: www.newparadigm.com) 2007.
- [6] Kuran, E. 2010 Y Kuşağını Anlamak Semineri, İstanbul 2010

- [7] Senbir, H., Z son insan mı?. İstanbul: O Kitaplar. 2004.
- [8] Adıgüzel, O., Batur, H. Z., & Ekşili, N. Kuşakların değişen yüzü ve Y kuşağı ile ortaya çıkan yeni çalışma tarzı: Mobil yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(19), 165-182. 2014.
- [9] Haerberle, K., Herzberg, J., Hobbs, T. Leading the multigenerational work force. –Healthcare Executive 24(5): 62-67. 2009.