

60+ TAZELENME ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DURUMLARININ İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Emre BİRİNCİ

Anadolu Üniversitesi Yunus Emre Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

emre1inci@gmail.com

ORCID: 0000-0001-9357-0106

Öz

Bu çalışma, 60+ Tazelenme Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarının belirlenmesi amacıyla betimsel tarama modelinde yapılmıştır. Günümüzde sosyal medya sadece gençler tarafından değil yaşlı bireyler tarafından da yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Son yıllarda yaşlı bireylerin önyargılarının azaldığı ve sosyal medyayı sıklıkla kullandıkları görülmektedir. Sosyal medyaya karşı olumlu bir tutuma sahip olan yaşlı bireyler, iletişimlerinde esneklik sağlaması, zamandan tasarruf, kullanım kolaylığı ve ulaşılabilir olması nedeniyle sosyal medya kullanımından keyif almaktadır. Olumsuz tutum içinde olanlar ise sosyal medyanın pahalı, öğrenmenin zor ve zaman alıcı olması ve genel olarak kullanımının zor olması nedenlerinden dolayı olumsuz bakmaktadır. Sosyal medyanın yaşlı bireyler üzerinde birçok olumlu etkisi bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımı, yaşlı bireyler için anlamlı bir sosyal iletişim kurma fırsatı sağlamaktadır. Çalışma, 60+ Tazelenme Üniversitesi Anadolu kampüsünde eğitim gören 115 öğrenci ile Şubat-Mart 2020 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanması için Sosyo-demografik bilgi formu ve araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Veriler, SPSS 24 paket programında değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, katılımcıların çoğunun evde internet bağlantısına ve akıllı cep telefonuna sahip oldukları, en çok Facebook sosyal medya aracını kullandıkları ve sosyal medyayı çoğunlukla paylaşım yapmak ve boş vakitlerini değerlendirmek için kullanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Sosyal Medya Kullanımı, Tazelenme Üniversitesi

JEL Kodu: I10, I29, J11

AN INVESTIGATION OF SOCIAL MEDIA USAGE STUDENTS OF 60+ REFRESHER UNIVERSITY

Abstract

This study was conducted in descriptive scanning model in order to determine the social media usage of 60+ Refresher University students. Today, social media is used extensively

not only by young people but also by older individuals. In recent years, it has been observed that the prejudices of elderly people have decreased and they frequently use social media. Elderly individuals, who have a positive attitude towards social media, enjoy the use of social media due to their flexibility in their communication, time saving, ease of use and accessibility. On the other hand, those with a negative attitude view negatively due to the reasons that social media is expensive, learning is difficult and time consuming, and generally difficult to use. Social media has many positive effects on elderly people. The use of social media provides an opportunity for elderly people to establish meaningful social communication. The study was conducted between February and March 2020 with 115 students studying at 60+ Refresher University Anadolu campus. Socio-demographic information form and questionnaire form prepared by the researcher were used to collect data. The data were evaluated in the SPSS 24 package program. As a result of the research, most of the participants have an internet connection at home and a smart mobile phone, they mostly use the Facebook social media tool and mostly use social media to share and evaluate their free time.

Keywords: Social Media, Social Media Usage, Refresher University.

JEL Code: I10, I29, J11

GİRİŞ

Günümüzdeki insanlar iki önemli değişimle karşı karşıyadır. Bunlardan birincisi nüfusların yaşlanması ve internet kullanım oranlarının hızlı bir şekilde artmasıdır (Pan, De Donder, Dury, Wang.... Verte, 2019). Dünya nüfusu hızla yaşlanıyor. Yaşlı nüfusun 2050 yılına kadar 2.03 milyara ulaşacağı tahmin ediliyor ve bu sayı dünya nüfusunun % 22'sini oluşturacak (BM, 2015). Sağlık hizmetlerinin gelişmesi ortalama insan ömürlerinin uzamasını sağlamıştır. Toplumlar daha önce hiç olmadığı oranda yaşlı birey sayısına sahiptir.

İnternet kullanımı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızlı bir şekilde artmaktadır. 2010 yılında % 41,6 olan internet kullanım oranı 2020 yılında 16-74 yaş grubundaki bireylerde %79,0 oldu. Nüfusun %90,7'si evden internete erişim imkanına sahiptir (Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020). İnternet ve teknoloji kullanımı en hızlı büyüyen kullanıcı grubu 65 yaş ve üzerindeki yaş grubudur (Hope vd., 2014). 2000 yılından beri artan internet kullanım oranlarının içerisinde yaşlı bireylerin katkısı oldukça fazladır. Günümüzde 65 yaş üstü bireylerin yarısı aktif internet kullanıcısıdır (Zickhur & Madden, 2012: 2).

Yeni medya teknolojisinin doğasında bulunan etkileşim, bilgi maliyetlerini büyük ölçüde azalttığı için insanların sosyal katılımını kolaylaştırmaktadır. Sosyal medya platformları insanların tanıdıkları veya tamamen yabancı oldukları insanlarla iletişim kurmaları için uygun yollar sağlamaktadır (Boulianne, 2009). Sosyal medya, kişiler arasındaki mesafeye bakılmaksızın dünyanın bir ucundaki insan ile iletişime geçebilmesini sağlamaktadır. Sosyal medya, genel olarak kullanıcı tarafından oluşturulan içeriği tüketme, birlikte oluşturma, paylaşma ve değiştirme hedefi olan araçlar ve platformlar olarak tanımlanır (Kaplan & Haenlein, 2009). Başka bir tanımda sosyal medya, insanların arkadaşları, aileleri, iş arkadaşları, tanıdıkları ve benzer ilgi alanlarına sahip diğer kişilerle etkileşime girebilecekleri

çevrimiçi topluluklar olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcılar, çevrimiçi olarak bilgi paylaşımı yapabilmekte, video ve fotoğraf paylaşabilmekte, herhangi bir konu hakkında düşüncelerini yazabilmekte ve istediği kişilerle görüntülü ya da yazılı olarak sohbet edebilmektedir. En sık kullanılan sosyal medya araçları, Facebook, Instagram, Twittr, Tumblr, LinkedIn ve TikTok'tur (Olson & Mendoza, 2015).

Sosyal medya kullanımı, son on yılda hızlı bir şekilde arttı ve birçok kişi sosyal medyayı birincil ve ikincil iletişim aracı olarak kullanmaya başlamıştır (Pew Research Center, 2016). We Are Social 2020 raporuna göre Türkiye'de 54 milyon sosyal medya kullanıcısı bulunmaktadır. Günümüzde sosyal medya sadece gençler tarafından değil yaşlı bireyler tarafından da yoğun bir şekilde kullanılmaktadır (Zickhur & Madden, 2012). Pew Araştırma Merkezi (2018) yaptığı çalışmaya göre, yaşlı bireylerin en sık kullandıkları sosyal medya aracı Facebook'tur. Genellikle fotoğraf paylaşımı, aile üyeleri ve arkadaşlar ile iletişim halinde olmak ve sohbet etmek için kullanılmaktadır. AARP (2018) yapmış oldukları bir çalışmaya göre Facebook kullanımı 2011 yılında %18 iken 2017 yılında % 32'ye yükselmiştir.

Sosyalleşmenin yaşlı bireyler için önemini açıklayan birçok yaşlanma teorisi bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımı, yaşlı bireyler için anlamlı bir sosyal iletişim kurma fırsatı sağlamaktadır (Leist, 2013). Birçok yaşlı birey, emeklilik sonrası sosyal izolasyon riski altındadır. Hastalıklar ve coğrafi konum bu riski arttıran unsurlar olarak söylenebilir (Sum, Mathews, Hughes & Campbell, 2008: 208). Wright (2000), sosyal içerme ve refahın sosyal medya kullanımıyla arttığını, bunun da daha düşük yaşam stresine ve daha fazla yaşam doyumuna yol açabileceğini belirtmiştir. Sosyal ağlar, yeni ilişkiler oluşturmak veya var olan ilişkilerdeki etkileşimin artmasını sağladığı için bir fırsat olarak görülmektedir (Nimrod, 2009).

Sosyal medyanın kullanımı, aile üyeleri ve arkadaşlarla iletişim halinde olmak için bir yol sağlayabilir. Yüz yüze iletişim kadar olmasa da sosyal medya kullanımının birçok olumlu etkisi bulunmaktadır (Sum vd, 2008). Sosyal medyanın yaşlı yetişkinlerin psikososyal refahı üzerinde olumlu etkileri olmaktadır (Nimrod, 2009). İzolasyon ve yalnızlık, yaşlı popülasyonunda depresyon gelişimi için en önemli risk faktörleri arasında yer almaktadır (Fiske vd., 2009). Sosyal bağlantıları güçlü olan yaşlı bireyler fiziksel ve zihinsel sağlıklarında iyilik, daha yüksek öz saygı ve yüksek bilişsel işlevlere sahip olmaktadır (Nicholson, 2012). Sosyal bağlantılarının zayıflığı, sosyal izolasyona, yalnızlığa ve depresyona neden olmaktadır (Schaie, Willis, Knight, Levy & Park, 2016).

Sosyal medyaya karşı olumlu bir tutuma sahip olan yaşlı bireyler, iletişimlerinde esneklik sağlaması, zamandan tasarruf, kullanım kolaylığı ve ulaşılabilir olması nedeniyle sosyal medya kullanımından keyif aldıklarını bildirmişlerdir. Olumsuz tutum içinde olanlar ise sosyal medyanın pahalı, öğrenmenin zor ve zaman alıcı olması ve genel kullanımının zor olması nedenlerini belirtmiştir. Araştırma ayrıca teknolojiye yönelik tutum ile sosyal medyaya yönelik tutum arasında da pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir (Chopik, 2016). Yaşlı bireylerin sosyal medyayı kullanmaları için ana motivasyon, zevk almak, sosyal iletişim

kurmak ve sosyal destek sağlamak ve almaktır. Özellikle kullanıcılar çevrimiçi sosyal ağlarla sürekli meşgulse, kullanım sırasında keyif alma duygularıyla motive olmaktadır (Nimrod, 2009). Çevrimiçi topluluklar, insanların bir araya gelebilecekleri ve sosyal iletişim kurabilecekleri yerler olarak tanımlanmaktadır (Xie, 2008).

Heinz vd. (2013) yapmış oldukları araştırma, yaşlı bireylerin, yeni teknoloji hakkında bilgi edinmeye hevesli ve istekli olduklarını ve bağımsızlığı sürdürmek ve yaşam kalitelerini iyileştirmek için daha fazla araca erişmeye açık olduklarını göstermektedir. Lee & Coughlin (2015), yaşlı bireylerin teknolojiyi benimseme istekliliğini belirleyen on faktör olduğunu belirtmiştir. Bunlar; bağımsızlık, deneyim, teknik destek, güven, sosyal destek, duygular, erişilebilirlik, kullanılabilirlik, satın alınabilirlik ve değerdir.

Bazı yaşlı bireylerin, sosyal medyaya yönelik olumsuz tutumları bulunmaktadır. Yaşlı bireylerin güvenlik ile ilgili kaygıları olabilmektedir. İkinci olarak, sosyal davranış kuralları noktasında endişeleri olmaktadır. Üçüncü olarak da sosyal medyada paylaşılan video ve fotoğrafların gereksiz olduğu yönünde düşüncelere sahip oldukları için kullanmama yönünü seçebilmektedirler (Leist, 2013). Ayrıca kullanımın karmaşıklığı nedeniyle olumsuz bakış açısına sahip olabilmektedirler. (Adams, Stubbs ve Woods, 2005; Coelho & Duarte, 2016). Hutto & Bell (2014) yaşlı bireylerin sosyal medyaya yönelik tutumları ve kullanım durumlarını incelemiş ve olumsuz tutumlara sahip olmanın ve sınırlı kullanımın ya da kullanımın olmamasının birkaç nedeni bulmuşlardır. Bunlar, web sitelerinde gezinmek için gerekli algılanan karmaşık beceriler, bilgisayarlara, tabletlere veya akıllı telefonlara sınırlı erişim, potansiyel kimlik hırsızlığı endişesi, sitelere erişmek için gereken zamanın olmaması, yüz yüze veya telefonla iletişim kurma tercihidir.

Çalışma, 60+ Tazelenme Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir.

1. YÖNTEM

Araştırma, 60+ Tazelenme Üniversitesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım durumlarının belirlenmesi amacıyla betimsel tarama modelinde yapılmıştır. Tazelenme Üniversitesi, 60 yaş ve üstü kişilerin yaşam boyu öğrenme kapsamında, yaşam kalitelerini arttırmak üzere 2016 yılında Akdeniz Üniversitesi bünyesinde Prof. Dr. İsmail Tufan tarafından kurulmuş bir sosyal sorumluluk projesidir. Dört yıllık eğitim süresince teorik derslerin yanı sıra uygulamalı dersler, gönüllü öğretim elemanları tarafından ücretsiz bir şekilde öğrencilere verilmektedir. Kısa süre içerisinde yoğun talep gören Tazelenme Üniversitesi, farklı illerde sekiz kampüste faaliyetlerini yürütmektedir. Tazelenme Üniversitesi Anadolu kampüsü 2019 yılında Dr. Emre Birinci tarafından kurulmuştur. Kurulduğu yıl 138 öğrenci ile eğitim çalışmalarına başlamıştır.

2019-2020 eğitim-öğretim yılında, Tazelenme Üniversitesi Anadolu kampüsüne kayıt olan 138 öğrenci çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma evreninin tamamına ulaşılmaya çalışılmış ancak araştırma yapıldığında okulda bulunan ve araştırmaya katılmayı kabul eden 115 öğrenci araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılım oranı %83'tür. Araştırmada veriler, anket tekniği ile Şubat-Mart 2020 tarihleri arasında Anadolu

Üniversitesinde derslerden önce ve sonra yüz yüze toplanmıştır. Veriler toplanması için Sosyo-demografik bilgi formu ve araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu kullanılmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, yaş, cinsiyet, yaşam yeri, eğitim, iş, medeni durum, çocuk sayısı ve gelir durumundan oluşan toplam sekiz soru yer almaktadır. İkinci bölüm ise sosyal medya kullanım durumlarına ilişkin on dört sorudan oluşmaktadır. Veriler SPSS 24 paket programına aktarılmış, frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır.

2. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmaya katılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde, kadınların oranı % 69,6 iken erkeklerin oranı % 30,4'tür. Katılımcıların büyük çoğunluğu % 52,2 ile 60-65 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların % 77,4'ü yaşamının büyük kısmını büyükşehirde geçirdiğini belirtirken sadece % 0,9'u köy/kasaba olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların, % 38,3'ü lise, % 24,3'ü lisans, % 21,7'si önlisans, % 6,1 ilkököl ve ortaokul ile % 3,5'i yüksek lisans mezunudur.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Sosyo-Demografik Değişkenler	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	80	69,6
Erkek	35	30,4
Yaş		
60-65 yaş arası	60	52,2
66-70 yaş arası	46	40,0
71 yaş ve üzeri	9	7,8
Yaşam Yeri		
Köy Kasaba	1	0,9
İlçe	9	7,8
İl	16	13,9
Büyükşehir	89	77,4
Eğitim Durumu		
İlkokul	7	6,1
Ortaokul	7	6,1
Lise	44	38,3
Önlisans	25	21,7
Lisans	28	24,3
Yüksek Lisans	4	3,5
Medeni Durum		
Evli	77	67,0
Bekar	8	7,0
Boşanmış	8	7,0
Eşi vefat etmiş	22	19,0
Çocuk Sayısı		
Yok	4	3,5
1	35	30,4
2	67	58,3

3	7	6,1
4	2	1,7
Gelir Durumu		
Alt	3	2,6
Orta	108	93,9
Üst	4	3,5
Toplam	115	100

Katılımcıların %67'si evli, %19'unun eşi vefat etmiş, %7'si bekar ve %7'si eşinden ayrılmıştır. Araştırmaya katılanların %58,3'ü iki, %30,4'ü bir, %6,1'i üç, %1,7'si dört çocuk sahibi iken %3,5'inin çocuğu yoktur. Katılımcıların %93,9'u gelir durumunu orta olarak tanımlarken, %3,5'i üst ve %2,6'sı alt olarak tanımlamaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların İnternet Ve Sosyal Medya Kullanımı Hakkındaki Dağılımlar

		Frekans	Yüzde
Evde internet bağlantısı olma durumu	Evet	73	63,5
	Hayır	42	36,5
Akıllı cep telefonu sahip olma durumu	Evet	108	93,9
	Hayır	7	6,1
Sosyal medyaya hakim olma durumu	Evet	77	67
	Hayır	38	33
Kullanılan sosyal medya hesapları	Facebook	32	27,8
	Facebook-Instagram	46	39,9
	Facebook-Twitter	6	5,2
	Instagram	19	16,5
	Instagram-Twitter	12	10,4
En çok kullanılan zaman	Sabah	58	50,4
	Öğle	32	27,8
	Akşam	17	14,8
	Gece	8	7
Günde kullanım sıklığı	1 saatten az	62	53,9
	1 saat ile 3 saat arası	33	28,7
	4 saat ile 6 saat arası	16	13,9
	6 saat ve daha fazla	4	3,5

Katılımcıların % 63,5'inin evde internet bağlantısı varken % 36,5'inin yoktur. Evinde internet bağlantısı olmayan katılımcılar mobil operatörlerinin internetini kullandığı söylenebilir. Akıllı cep telefonuna sahip olma oranı % 93,9 iken, sahip olmayanların oranı ise % 6,1'dir. Akıllı cep telefonuna sahip olmayan kişiler, sosyal medya araçlarını bilgisayar üzerinden kullandıkları söylenebilir. Sosyal medyaya hakim olduğunu düşünenlerin oranı % 67'dir. Katılımcılar sosyal medyayı en çok sabah (%50,4) kullanmaktadır. Gece kullanım oranı ise % 7'dir. Kullanım sıklığı açısından % 53,9'u günde bir saatten az, % 28,7 bir-üç saat arası, %13,9 dört-altı saat arası, % 3,5'i ise günde altı saatten fazla kullanmaktadır.

Katılımcıların, %39,9'u Facebook ve Instagram, % 27,8 ile sadece Facebook ve % 16,5'i ise sadece Instagram kullandığını ifade etmiştir. Tekedere ve Arpacı (2016) yaptıkları çalışmada katılımcıların en çok Facebook ve Twitter'ı kullandıklarını bulmuştur. Yıldırım Becerikli (2013)'e göre yaşlı bireyler sosyal medya kullanımında en çok Facebook'u tercih etmektedir. Taşan (2018) yaptığı çalışmada, yaşlı bireylerin sırasıyla Facebook, Instagram, Youtube, Twitter kullandıkları sonucunu bulmuştur. Hoogte ve Rozing (2020)'e göre Hollanda'da yaşlı bireyler tarafından en sık kullanılan sosyal medya platformları Facebook, Twitter ve Instagram'dır. Pew Research Center (2018)'e göre Facebook ve Youtube, geniş bir farkla yaşlı bireyler tarafından en çok kullanılan platformlardır.

Tablo 3. Sosyal Medya Kullanım Amaçları

	Frekans		Yüzde	
	Evet	Hayır	Evet	Hayır
Paylaşım yapmak	95	20	82,6	17,4
İletişim kurmak	31	84	27,0	73,0
Boş vakit değerlendirmek	81	34	70,4	29,6
Bilgi edinmek	20	95	17,4	82,6
Eski arkadaşları bulmak	74	41	64,3	35,7

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları Tablo 3'te gösterilmiştir. Katılımcılar en çok paylaşım yapmak ve boş vakitlerini değerlendirmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Sosyal medya kullanım amaçlarını sırasıyla eski arkadaşları bulmak, iletişim kurmak ve bilgi edinmek takip etmektedir. Tekedere ve Arpacı (2016) yaptıkları çalışmada, sosyal medyayı yaşlı bireylerin büyük çoğunluğunun arkadaşları ile iletişim kurmak ve eğitim amaçlı kullanmak istediklerini tespit etmiştir. Balcı ve Koçak (2017) yaptıkları çalışmada yaşlı bireylerin sosyal medya kullanma nedenleri olarak ilk sırada arkadaşları ile iletişimde bulunmak gelmektedir. Taşan (2018) yaptığı çalışmada, yaşlı bireylerin sosyal medyayı sosyalleşme ve etkileşim, bilgi edinimi ve kişisel kimlik temsili faktörleri üzerinden kullandıklarını bulmuştur. Şenceylan (2019) çalışmasında ise yaşlı bireylerin sosyal medyayı bilgi edinme, toplumsal etkileşim, eğlence, toplumsal çevre etkisi, gözetleme gibi nedenlerden dolayı kullandıkları sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 4. İlgi Duyulan Alanlar İle Cinsiyet Değişkeni Arasındaki İlişki

Alanlar	Cinsiyet	Frekans		Yüzde		χ^2	P
		Evet	Hayır	Evet	Hayır		
Sağlık	Kadın	57	23	71,2	28,8	18,237	0,000
	Erkek	10	25	28,6	71,4		
Siyaset	Kadın	30	50	37,5	62,5	22,683	0,000
	Erkek	30	5	85,7	14,3		
Yemek	Kadın	34	46	42,5	57,5	0,001	0,972
	Erkek	15	20	42,9	57,1		

Spor	Kadın	18	62	22,5	77,5	43,465	0,000
	Erkek	31	4	88,6	11,4		
Kültür	Kadın	50	30	62,5	37,5	0,856	0,355
	Erkek	25	10	71,4	28,6		
Eğlence	Kadın	41	39	51,2	48,8	0,090	0,764
	Erkek	19	16	54,3	45,7		

Tablo 4’te katılımcıların ilgi duydukları alanlar ile cinsiyet değişkeni arasındaki ilişki gösterilmiştir. Katılımcıların sosyal medyayı kullanım amaçları incelendiğinde sağlık, siyaset ve spor alanları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlenmiştir. Kadınların sosyal medyayı sağlık amacıyla kullanma oranı erkeklere göre daha yüksektir. Erkeklerin ise siyaset ve spor amacıyla kullanma oranı kadınlara oranla daha yüksektir. Yemek, kültür ve eğlence alanlarında ise cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir fark gözlenmemiştir. McAndrew, Jeong (2012) ve Thompson, Loughheed (2012) çalışmalarında kadınların sosyal medyayı erkeklerden daha fazla kullandıklarını bulmuşlardır. Parida, Mostaghel, Oghazi (2016) çalışmasında, kadınların sağlıkla ilgili faaliyetler için sosyal medyayı kullanma olasılıkları daha yüksektir. Tuik (2019)’e göre 65-74 yaş grubu arasında erkekler kadınlara göre interneti daha çok kullanmaktadır. Koçak ve Terkan (2010) yaptıkları çalışmaya göre kadınlar sosyal medyayı, eğlence, zaman geçirme ve gelişmeleri takip etme amacıyla kullanırken erkekler ise bilgi edinme, araştırma ve gelişmeleri takip etme amaçlarıyla kullanmaktadır.

SONUÇ

Katılımcıların büyük çoğunluğunun evde internet bağlantısı bulunduğu, akıllı cep telefonuna sahip oldukları ve en çok Facebook sosyal medya aracını kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcılar sosyal medyayı çoğunlukla günün sabah saatlerinde kullanmaktadır. Katılımcılar ağırlıklı olarak paylaşım yapmak ve boş vakitlerini değerlendirmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. Günümüzde sosyal medya kullanımı her yaş grubunda hızlı bir şekilde artmaktadır. İnsanların hayatlarında önemli bir yer edinen sosyal medya farklı amaçlar için kullanılmaktadır. Anlamlı sosyal ilişkileri sürdürmek, sağlıklı ve başarılı yaşlanmanın temel unsurlarından biri olarak kabul edilmektedir. Amaçları ne olursa olsun sosyal medya kullanımı yoluyla bilgiye erişme günümüzde önemli bir yer edinmiştir. Yaşlılık döneminde sosyal bağların güçlü olması başta depresyon olmak üzere birçok rahatsızlık üzerinde pozitif etkisi bulunmaktadır. Sosyal medyanın sosyal destek sağlama, yalnızlığı giderme konularında katkılarında ötürü yaşam memnuniyetini artırma özelliği bulunmaktadır. Sosyal medya kullanımından kaynaklı zararlı davranış, yanlış bilgi edinilmesi ve kişisel verilerin kötüye kullanılması gibi çeşitli olumsuz durumlarla karşılaşabilmektedir. Olumsuz olarak da zararlı davranış, yanlış bilgi edinilmesi ve kişisel verilerin kötüye kullanılması gibi çeşitli olumsuz durumlarla karşılaşmaktadır. Zamana ayak uyduramamak ile eleştirilen yaşlı bireylerin, son zamanlarda sosyal medyayı aktif bir şekilde kullanmaya başladıkları söylenebilir.

KAYNAKÇA

- AARP Foundation (2018). Older Adult's Use of Facebook Continues to Grow. <https://www.aarp.org/home-family/personal-technology/info-2018/facebook-older-americans-privacy.html> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 10 Ekim 2020)
- Adams, N., Stubbs, D., & Woods, V. (2005). Psychological Barriers to Internet Usage Among Older Adults in The Uk. *Medical Informatics and the Internet in Medicine*, 30(1), 3-17.
- Balcı, Ş. & Koçak, M. C. (2017). Sosyal Medya Kullanımı İle Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Üniversite Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık, 34-45.
- Barak, A., Boniel-Nissim, M., & Suler, J. (2008). Fostering Empowerment in Online Support Groups. *Computers in Human Behavior*, 24, 1867–1883
- Boulianne, S. (2009). Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research. *Political Communication*, 26, 193–211. doi:10.1080/10584600902854363
- Chopik, W.J. (2016). The Benefits of Social Technology Use Among Older Adults Are Mediated By Reduced Loneliness. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(9), 551-556. doi:10.1089/cyber.2016.0151.
- Coelho, J., & Duarte, C. (2016). A Literature Survey On Older Adults' Use Of Social Network Services And Social Applications. *Computers in Human Behavior*, 58, 187-205. doi:10.1016/j.chb.2015.12.053.
- Fiske, A., Wetherell, J.L., & Gatz, M. (2009). Depression in Older Adults. *Annual Review of Clinical Psychology*, 5, 363-389.
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması. (2020). 25 Ağustos 2020. Sayı: 33679. TÜİK.
- Heinz, M., Martin, P., Margrett, J.A., Yearns, M., Franke, W., Yang, H., . . . Chang, C.K. (2013). Perceptions of Technology Among Older Adults. *Journal of Gerontological Nursing*, 39(1), 42-51.
- Hernandez, E. (2011). Older Adults And Online Social Networking: Relating Issues Of Attitudes, Expertise, and Use. *HIM 1990-2015*. 1199. <https://stars.library.ucf.edu/honorstheses1990-2015/1199> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 05 Eylül 2020).
- Hope, A., Schwaba, T., & Piper, A. M. (2014). Understanding Digital and Material Social Communications For Older Adults. *Proceedings of the 32nd Annual ACM*

Conference on Human Factors in Computing Systems - CHI '14.
doi:10.1145/2556288.2557133

- Hoogte, H. & Rozing, D. (2020). More Elderly Active On Social Media. <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2020/04/more-elderly-active-on-social-media> adresinden alındı. (Erişim tarihi: 12 Kasın 2020).
- Hutto, C., & Bell, C. (2014). Social Media Gerontology: Understanding Social Media Usage Among A Unique and Expanding Community of Users. *Hawaii International Conference on System Science*. doi:10.1109/HICSS.2014.223.
- Hutto,C.J., Bell,C., Farmer,S., Fausset,C., Harley,L., Nguyen, J. and Fain, B. (2015). Social Media Gerontology: Understanding Social Media Usage Among Older Adults. *Web Intelligence*, 13, 69–87.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Koçak, A. ve Terkan, B. (2010). *Medya ve Yaşlılar, Yaşlıların Medya İzleme Davranışları ve Motivasyonları*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Lee, C., & Coughlin, J.F. (2014). Perspective: Older Adults' Adoption of Technology: An Integrated Approach to Identifying Determinants and Barriers. *Journal of Product Innovation*, 32(5). doi:10.1111/jpim.12176.
- Leist, A. (2013). Social Media Use: A Mini-Review. *Gerontology*, 59, 378-384.
- McAndrew, F. T., & Jeong, H. S. (2012). Who Does What on Facebook? Age, Sex, and Relationship Status As Predictors of Facebook Use. *Computers in Human Behavior*, 28, 2359-2365.
- Nasi, M., Rasanen, P. & Sarpila, O. (2012). Ict Activity in Later Life: Internet Use and Leisure Activities Amongst Senior Citizens in Finland. *European Journal of Ageing*, 9(2), 169-176.
- Nicholson, N. R. (2012). A Review of Social Isolation: An Important But Underassessed Condition in Older Adults. *The Journal of Primary Prevention*, 33(2-3), 137-152. doi:10.1007/s10935-012-0271-2
- Nimrod, G. (2009). Seniors' Online Communities: A Quantitative Content Analysis. *The Gerontologist*, 50(3), 382-392.
- Olson, J. S. & Mendoza, A. O. (2015). *American Economic History: A Dictionary and Chronology*. Santa Barbara, CA: Greenwood.
- Pan, H., De Donder, L., Dury, S., Wang, R., De Witte, N., & Verté, D. (2018). Social Participation Among Older Adults in Belgium's Flanders Region: Exploring The Roles of Both New and Old Media Usage. *Information, Communication & Society*, 1-17.

- Parida, V., R. Mostaghel, and P. Oghazi. (2016). Factors for Elderly Use of Social Media for Health-Related Activities. *Psychology & Marketing*, 33 (12): 1134-1141.
- Pew Research Center (2018). Social media use in 2018. <http://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/> adresinden alınmıştır. (Erişim tarihi: 07 Eylül 2020).
- Schaie, K. W., Willis, S. L., Knight, B. G., Levy, B., & Park, D. C. (2016). *Handbook of the Psychology Of Aging*. Academic Press.
- Sum, S., Mathews, M., Hughes, I., & Campbell, A. (2008). Internet Use and Loneliness in Older Adults. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 208-211.
- Şenceylan, E. S. (2019). *Motivations Behind Social Media Use By Older Adults*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Taşan, R. (2018). *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Perspektifinden Yaşlıların Sosyal Medya Kullanım Motivasyonları: Tazelenme Üniversitesi Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Tekedere H., & Arpacı F., (2016). “Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Görüşleri”, *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (2), 377-392.
- Thompson, S. H., & Lougheed, E. (2012). Frazzled by Facebook? An Exploratory Study of Gender Differences In Social Network Communication Among Undergraduate Men and Women. *College Student Journal*, (46), 88-98.
- United Nations, (2015). World Population Ageing 2015. Department of Economic and Social Affairs PD.
- Wright, K. (2000), Computer-mediated Social Support, Older Adults, And Coping. *Journal of Communication*, 50(3): 100-118.
- Zickhur, K. & Madden, M. (2012, June 06). Older Adults and Internet Use. http://pewinternet.org/~media/Files/Reports/2012/PIP_Older_adults_and_internet_use.pdf adresinden alınmıştır. (Erişim tarihi: 03 Eylül 2020).
- Xie, B. (2008). Multimodal Computer-Mediated Communication and Social Support Among Older Chinese Internet Users. *J Comput Mediated Commun*, 13, 728-750.