

# GENÇ-YAŞLI, ORTA-YAŞLI VE İLERİ-YAŞLI BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIM DAVRANIŞLARININ KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ: ESKİŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ\*

Ahmet SİNAV\*\*

Gönderim Tarihi: 20.02.2020 - Kabul Tarihi: 07.03.2020

Sınav, A. (2020). "Genç-Yaşlı, Orta-Yaşlı ve İleri-Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Karşılaştırmalı Analizi: Eskişehir İli Örneği". *Etkileşim*. 5. 116-145.

## Özet

Bu çalışma, sosyal gerontologlarca belirlenen yaŐlıluĐa ilişkin yaş sınıflamasını referans alarak, Eskişehir il merkezinde yaşayan 65 yaş ve üzeri bireylerin sosyal medya kullanım davranışları arasında karşılaştırmalı bir analiz sunmaktadır. Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonları ve kullanım davranışları sonucunda elde edilen doyum türleri arasında karşılaştırma yapabilmek amacıyla yaş gruplarına bağlı alt tabakalar oluşturulmuştur. Bu doğrultuda 65-74 yaş grubu 'genç yaşlılar', 75-84 yaş grubu 'orta yaşlılar', 85 yaş ve üzeri ise 'ileri yaşlılar' olarak tanımlanmıştır. Araştırma kapsamında belirlenen amaçlara ulaşabilmek adına tabakalı örnekleme yöntemiyle belirlenen 387 kişi ile anket uygulaması gerçekteŐirilmıŐtir. Araştırma kapsamında elde edilen sonuçlara göre teknolojik cihaz seğıimi, bu cihazlara sahip olma ve kullanmayı öğrenme yolları, teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşanan sorunlar, bu sorunlara ilişkin çözümler, sosyal medya kullanım tercihleri, takip edilen hesap içeriikleri, kullanım davranışları ve elde edilen doyum türleri ağıısından yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Yeni teknolojileri takip etme yönündeki heyecan ve ilginin yaş aralığı yükseldikçe düştüğü yönünde sonuca ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** yaşlılık, sosyal medya, genç-yaşlı, orta-yaşlı, ileri-yaşlı.

\* Bu makale, 29 Temmuz 2019 tarihinde Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünce kabul edilen "65 Yaş ve Üzeri Bireylerin Sosyal Medya Kullanım AlıŐkanlıklarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği" başlıklı doktora tez çalıŐmasından üretilmiŐtir.

\*\* Doktor-AraŐtırmacı,  
ahmetstn@gmail.com, Orcid: 0000-0002-2825-5369

# COMPARATIVE ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA USE BEHAVIORS OF YOUNGEST-OLD, MIDDLE-OLD, AND OLDEST-OLD INDIVIDUALS: ESKİŞEHİR CASE STUDY\*

Ahmet SİNAV\*\*

Received: 20.02.2020 - Accepted: 07.03.2020

Sınav, A. (2020). "Genç-Yaşlı, Orta-Yaşlı ve İleri-Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının Karşılaştırmalı Analizi: Eskişehir İli Örneği". *Etkileşim*. 5. 116-145.

## Abstract

This article provides a comparative analysis of the social media usage behaviors of individuals aged 65 and over living in the city center of Eskişehir, with reference to the age classification of age determined by social gerontologists. In order to make comparisons between the types of satisfaction obtained as a result of the social media usage motivations and usage behaviors of elderly individuals, substrates related to age groups were created. Accordingly, the 65-74 age group has been defined as 'youngest-old', the 75-84 age group has been defined as 'middle-old', 85 years old and above has been defined as 'oldest-old' people. In order to reach the goals determined within the scope of the research, a survey was conducted with 387 people determined by stratified sampling method. Accordingly, there are significant differences between age groups in terms of the technological device selection, ways to own and learn to use these devices, problems with the use of technological devices, solutions for these problems, social media usage preferences, tracked account contents, usage behaviors and types of satisfaction obtained. It was concluded that the excitement and interest in following new technologies decreased as the age range increased.

**Keywords:** old age, social media, youngest-old, middle-old, oldest-old.

*\* This article is based on my PhD dissertation titled: "Examination of 65 Years and over Aged Individuals' Social Media Usage Habits in the Context of Uses and Gratifications: Eskişehir Case Study", in July 2019 accepted by Anadolu University, Institute of Social Sciences.*

\*\* PhD- Researcher,  
ahmetsnv@gmail.com, Orcid: 0000-0002-2825-5369

## Giriş

İletişim ve kitle iletişimine yönelik teknolojilerde, insanlık tarihi süreci boyunca, tarihsel akışı değiştirecek öneme sahip pek çok buluş olmuş, gelişme yaşanmıştır. Yazının bulunması, tarihsel sürecin kayıt altına alınmaya başlamasını sağlamış, matbaanın kullanıma girmesi ile birlikte var olan toplumsal ve kültürel yapılar dönüşüme uğramış, dünya yeni bir döneme girmiştir. İletişim teknolojilerinin bir ürünü olarak ortaya çıkan basılı gereçler, konumunu ve önemini asırlar boyunca korumuştur. Bununla birlikte, basılı gereçlerin ortaya çıkmasından önce de insanlar yüzyıllar boyunca haberleşme, iletişim kurma ve bilgi paylaşma edimlerini yerine getirmişler; yaşadıklarını, bildiklerini ve öğrendiklerini çevrelerine yayabilmek arzusu duymuşlardır. Bu bağlamda iletişim tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir. İletişim yöntemleri ve gereçleri ise sürekli bir değişim ve gelişim halinde asırlar boyunca kendisini var etmiştir.

İletişim teknolojilerine ilişkin tarihsel süreç içerisinde yeni bir dönemin ortaya çıkmasında internet teknolojisinin gelişiminin katkısı büyüktür. Elektronik çağdan dijital tabanlı çağa geçişin bir ürünü olan internet, farklı teknolojilere ilham veren potansiyeli ile küresel bir hizmeti tanımlamaktadır (Geray, 2003: 20). Bilgisayarlar arası ağ bağlantısı olarak ortaya çıkan internet, var olan potansiyelini açığa çıkarmış ve kısa süre içerisinde hızla dijital iletişim teknolojileri arasında bir ağ bağlantısına evrilmiştir. Bilgisayar temeline dayanan dijital iletişim teknolojileriyle aracılanması nedeniyle 21. yüzyılın iletişimsel zaman dilimini dijital iletişim dönemi olarak adlandırmak mümkündür (Güngör, 2016: 389). Bu çağa ilişkin iletişim araçlarının kullanım alanı ve özellikleri hızla artmakta, bu yeni özellikler her yaş grubuna dâhil kullanıcılar için yepyeni kullanım ve yaşam şekillerinin ortaya çıkmasına olanak sağlamaktadır.

Bu çalışma, 65 yaş ve üzeri bireylerin yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya ile olan ilişkilene biçimlerini, sosyal gerontologlarca (Park vd. 2019; Lee vd. 2018; Abitağaoğlu vd. 2019; Şekerci ve Biçer, 2019; Koo vd. 2017; Cho vd. 2017; Quadagno, 2008; Tümerdem, 2006) belirlenen yaşlılığa ilişkin yaş kategorileri arasında karşılaştırma yaparak ortaya koymaya çalışmaktadır. Bu amaç doğrultusunda öncelikle 'Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında İnternet ve Sosyal Medya', 'Dünyada ve Türkiye'de Yaşlılık' ve 'Sosyal Medya Kullanıcısı Olarak Yaşlılar' başlıkları altında alana ilişkin bilgiler verilmiştir. Çalışmanın uygulama bölümünde ise teknolojik cihaz seçimi, bu cihazlara sahip olma ve kullanmayı öğrenme yolları, teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşanan sorunlar, sorunlara ilişkin çözüm yolları, sosyal medya kullanım tercihleri, takip edilen hesap içerikleri, kullanım davranışları ve elde edilen doyum türleri açısından yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır.

## Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında İnternet ve Sosyal Medya

İnsanlık kendi varlığını ve toplumsallaşma sürecini devam ettirebilmek için sürdürdüğü iletişim etkinliğinde teknolojik araçları kullanır. Teknolojiyle te-

mellenmiş iletişim etkinlikleri, iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişime koşut olarak 'yeni iletişim teknolojileri' kavramı ile tanımlanan bir kategori ortaya çıkarmıştır (Başer, 2010: 56). Yeni iletişim teknolojileri kavramı, geleneksel medya araçlarından farklı olarak, sayısal kodlama yöntemine temellenen, iletişim sürecinde eşzamanlı ve oldukça yoğun kapasitede, yüksek hızda, çok katmanlı etkileşimin gerçekleştiği multimedya biçimselliğine sahip iletişim araçlarını tanımlamaktadır (Binark, 2007: 5). Yeni iletişim teknolojileri temelinde ortaya çıkan yeni medya ortamları ise yine geleneksel medyadan farklı olarak, dijitalleşmeyi, etkileşimsel boyutu, web ağlarını ve sosyal iletişim medyasını nitelemek için kullanılmaktadır. Yeni iletişim ortamları, iletişim becerilerini arttıran cihazları, bu cihazları kullanarak geliştirilen iletişim etkinlikleri ile pratiklerini ve bu cihazlarla pratikler etrafında şekillenen sosyal düzenleme veya örgütlenmeleri kapsamaktadır (Binark, 2014: 15). Dijital tabanlı teknolojilerin bir ürünü olarak ortaya çıkan internetin yaygınlaşması ve bu teknolojiyi destekleyecek yeni teknolojik araçların kullanımı, kitle iletişimi süreçlerinin ve iletişim disiplininin yapısını kökten değiştirmiştir. Küresel bilgisayar ağlarını birbirine bağlayan ağ olarak internet (Geray, 2003: 20), teknolojik yondeşmenin somutlaştığı, yeni iletişim teknolojilerinin en tipik ve yaygın örneklerindedir.

Maigret'e (2011: 327-328) göre internet, 20. yüzyılın sonundan başlayarak yeni umudu tüm "yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinden" daha iyi temsil etmiştir. İnternet, adı bilinen bilinmeyen herkesle bağıntıyı mümkün kılarak sosyal hiyerarşilere son verebilecek, bir ortak aklın gelişimini arttıracak ya da o güne dek bireyleri edilginliğe boğmuş televizyonla simgeleştirilen kitle kültüründen kurtulmayı sağlayacaktır. Zira internet, kitle medyalarının tersine daha bütüncüdür, daha çok bireyin ya da topluluğun kendini dile getirmesine olanak sağlar, bu da her zaman olumludur. Amatörlüğe, dernekçi hareketlere, hayran topluluklarına ve karşı kültür gruplarına yeni güçler katar, demokrasiye karşı değildir (Maigret, 2011: 344). Diğer iletişim teknolojileri ile kıyaslandığında internet, alternatif içeriği sunmaya karşı çıkan egemen grupların ya da egemen medyanın sansür etme eğilimine karşı en dirençli medya türüdür (Atabek, 2003: 65). Poe (2015: 361) internete yönelik eleştirel bakışı göz ardı etmemekle birlikte onun demokratikleştirme potansiyeline inancını da ifade etmektedir. Yazara göre, toplumsal pratiklerin eşitliği söz konusu olduğunda internet, dünya üzerindeki en demokratik yerdir. Poe, sanal toplumsal pratiklerin tamamının, "gerçek dünyadakilere göre daha eşitlikçi" olmaları anlamında nispeten demokratik bir ortam sunduklarını belirtir. O'na göre internet, diyalog, sohbet, görüşme, müzakere, dayanışma, iş birliği, karar alma, tartışma ve münakaşa için sınırsız bir forumdur (Poe, 2015: 380). İnternet tabanlı iletişim teknolojilerinin bir ürünü olarak ortaya çıkan sosyal medya da Poe'nin bu tanımına paralel şekilde toplumsal iletişimin sözcükler, görseller, ses ve video dosyaları yolu ile sağlandığı, bireylerin hikâyelerini ve deneyimlerini paylaştıkları ortamı ifade etmektedir. Toplumsal iletişim ağlarını anlatan sosyal medya, zaman ve mekân sınırlaması olmadan (mobil tabanlı) paylaşım ve tartışmaya olanak veren bir iletişim biçimidir. Kullanıcıların birbirleriyle çevrimiçi etkileşimine dayanan

web siteleri ve toplumsal platformlarda kullanılan uygulamaların bütününden oluşur.

Sosyal medya üzerine yapılmış birçok tanım mevcuttur. Alemdar ve Uzun'a göre (2013: 122-123) sosyal medya, web 2.0 üzerinde ideolojik ve teknolojik içeriklerin, yapılanmaların kullanıcı merkezli bir biçimde üretilmesine ve geliştirilmesine izin veren internet tabanlı uygulamaları içermektedir. Sosyal medya insan ilişkilerinin çevrimiçi kolaylaştırıcısı veya güçlendiricisi, sosyal değer olarak bağlanabilirliği teşvik eden insanlar ağı olarak görülebilir (Van Dijck, 2013: 11). Kietzmann ve diğerleri (2011: 241) sosyal medyayı, bireylerin ve toplulukların yüksek düzeyde etkileşimli platformlar üzerinden paylaşım, tekrar yaratma, tartışma, kullanıcı yaratımlı içeriği değiştirme gibi eylemlerde buldukları web temelli teknolojiler ve mobil ortamlar olarak tanımlamaktadır. Sosyal medya, sahip olduğu bu imkânlar ile iş birliği, ortak hareket etme ve paylaşım konularında önemlilik potansiyeline sahiptir. Grupların kolayca bir araya gelmelerini, karar almalarını ve harekete geçmelerini sağlayabilmektedir. Bu potansiyel, eski sınırları kökünden sarsmaktadır. Sosyal medya, gündemini kendi belirleyen, kendine özgü kuralları ve iletişim biçimi olan, daha katılımcı ve daha hareketli bir medya türü olarak, baskı ve belli güçlerin ötesinde, tümüyle bir sivil toplum hareketi ve bir sosyal sorumluluk olarak algılanmaya başlanmıştır. Kişiselleştirilmiş ve klişeleşmiş iletilerin ötesinde, bir bilinç kazandırmayı, olayları farklı boyutları ile görebilmeyi, aynı olay, durum, olgu karşısındaki farklı tutum ve davranışları belirleyebilmeyi amaçlayan bir yapısı bulunmaktadır (Gündüz, 2013: 137). Yaratıcılıkta özgürlüğe, iletişimde esnekliğe, ulaşılabilirlikte geniş imkânlara dayanan bu yapısı sayesinde olumlu bir ilerlemenin habercisi olarak görülmektedir (Önkal ve Gündüzlü, 2015: 51). Nitekim bu bakış açısını destekleyen Shirky'e (2008'den akt. Fuchs, 2016: 54) göre de sosyal medya, "tüm geleneksel ticari kurum ve kuruluşların çerçevesinin dışında paylaşma, birileriyle ortaklık yapma ve kolektif eylemde yer alma yeteneklerimizi arttıran" araçlardır.

## **Dünyada ve Türkiye'de Yaşlılık**

Nüfus yaşlanması, 20. ve 21. yüzyılın en belirleyici demografik olaylarından biridir. Nüfusun yaşlanması, bireylerin yaşlanmasından farklı olarak, genelde toplumun yaşlı olarak tanımlanan kesiminin, gittikçe nüfusun daha büyük bir kısmını teşkil etmesi anlamına gelmektedir (Duben, 2018: 68). Nüfusun yaşlanması, genellikle doğurganlık hızının yüksek olduğu bir dönemin ardından bu hızın düşmesi ve ortalama yaşam süresinin uzamasının ortak bir sonucudur. Her ne kadar ülkeler arasında ortalama yaşam süreleri bakımından belirgin farklar devam etse de, dünya genelinde ortalama yaşam süresindeki radikal uzama, büyük oranda 19. ve 20. yüzyıllardaki halk sağlığı atılımlarının bir sonucudur. Yaşlılık da bu tarihsel dönüşümün bir sonucu olarak daha çok sayıda insanın deneyimlediği bir yaşam evresine dönüşmüştür (Yılmaz, 2018: 173-178). 1950 yılında dünya nüfusunun sadece %5,2'sinin 65 yaşın üzerinde olduğu belirtil-

mektedir (Duben, 2018: 68). Bu tarihte daha gelişmiş olan Avrupa'da yaşlıların oranı %8,2 iken, Türkiye'de bu oran sadece %3,2'dir. Türkiye bu anlamda oldukça genç bir toplum olarak nitelendirilmektedir. Dünya toplumlarında yaşlıların oranı 1950'li yıllardan itibaren belirgin bir artış göstermiştir. 2018 yılında 65 ve üzeri yaş grubu, dünya nüfusunun %9'u olan 682 milyona ulaşmıştır (Kemp, 2018). 21. yüzyılın ikinci on yılında dünyadaki ortalama yaşam uzunluğu 71 yılın üzerinde ölçülmüştür. Gelişmiş OECD ülkelerinde ortalama yaşam süresi 80 yıldır. Türkiye'de ortalama yaşam süresi 78 yıldır (TÜİK, ty.-a) ve bu oran ekonomik olarak en gelişmiş ülkelere yakındır. Öngörülere göre 2050 yılında dünyanın %16'sı yaşlı bireylerden oluşacaktır. 'Çok yaşlı' olarak tanımlanabilecek Avrupa'da bu oran %30, Türkiye'de ise %18 seviyesine yükselecektir (Duben, 2018: 68).

21. yüzyılın başlarından itibaren Türkiye'de yaşlanma konusunun gittikçe artan bir oranda resmi kurumların gündemine girmeye başladığı söylenebilir. Bu artışta Türkiye'de nüfusun hızlı bir şekilde yaşlandığının fark edilmesi etkili olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu, 65 yaş ve üzeri nüfusun 2013 yılında 5 milyon 891 bin 694 kişi iken beş yılda %17 artarak 2017 yılında 6 milyon 895 bin 385 kişiye ulaştığını belirtmektedir (TÜİK, ty.-b). Yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı, 2013 yılında %7,7 iken, 2017 yılında %8,5'e yükselmiştir. TÜİK nüfus projeksiyonlarına göre 2040 yılında Türkiye nüfusunda 65 yaş ve üzeri yaklaşık 16 milyon bireyin yaşayacağı öngörülmektedir (TÜİK, ty.-c). Yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranının 2040 yılında %16,3'e, 2060 yılında %22,6'ya, 2080 yılında ise %25,6'ya yükseleceği tahmin edilmektedir (TÜİK, 2018a).

Demografik yapıdaki değişimlerin doğuracağı ihtiyaçlara cevap verebilmek amacıyla 2007 yılında Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından "Türkiye'de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı" hazırlanmıştır. 2013 yılında ise Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından "Türkiye'de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı Uygulama Programı" geliştirilmiştir. Bu çalışmalar, Türkiye'de yaşlılığa ve yaşlıya karşı var olan toplumsal bakış açılarını ortaya koymaları bakımından önemlidir. Öyle ki, Devlet Planlama Teşkilatı (2007) tarafından hazırlanan "Türkiye'de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı"nda belirtildiği üzere, toplumda yaşlı denilince bakıma muhtaç, yürüme güçlükleri olan, değişime kapalı, mutsuz, yalnız ve sosyal ilişkileri zayıflamış bireyler akla gelebilmektedir. Türkiye'de aile yapısının yaşlıları koruduğu varsayımı da yaşlıları homojenleştiren onları korunmaya muhtaç bireyler olarak kodlayan bir anlayışa dayanmaktadır. Çayır (2018: 80-81), çeşitli sivil toplum kuruluşları gönüllüleri ile yürüttüğü yaşçılık (*ageism*) konusundaki eğitimlerde elde ettiği deneyimlerin de genç kuşakların yaşlılara yönelik olumsuz kalıp yargıları kolayca dile getirebildiklerini kanıtlar nitelikte olduğunu ifade etmektedir. Çayır, söz konusu eğitimlerde Türkiye'nin farklı illerinden gelen gönüllülere "yaşlılara yönelik kalıpyargıları listeleyin" sorusu yöneltildiğinde, muhtaç, hasta, yavaş, aksi, teknolojiden uzak vb. cevaplar aldığını belirtmektedir. Bu noktada yaşlılar ile teknoloji arasındaki ilişkiye dikkat çekmek önemlidir. Nitekim yaşlılara yönelik yaygın kalıp yargılardan biri teknoloji ile başarılı ilişkiler

kuramadıkları yönündedir. Cuddy ve Fiske'e (2002: 12-13) göre modernleşme süreci ve beraberinde getirdiği kentleşme kültürü ile birlikte geniş aile dağılmış, gençler aileden ayrılmıştır. Zorunlu kamusal eğitim, okur-yazar kitleyi büyütüştür. Böylece yaşlı insanların, kültürü aktaran rolünün altı oyulmuştur. Teknolojik gelişmeler yaşlı insanların eğitimlerini almadıkları birçok yeni meslek ortaya çıkarmıştır. Dolayısıyla modernleşme süreci yaşlı insanlar açısından çok farklı alanlarda çeşitli eşitsizlikler üretmiştir. Bu eşitsiz ilişki, yaşlıların teknolojiye uzak oldukları yönündeki kalıp yargıların ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Yaşlıların teknoloji ile ilişkilerini konu alan araştırmalarda elde edilen veriler ise söz konusu kalıp yargıyı dayanaksız kılacak sonuçlar sunmaktadır.

### **Sosyal Medya Kullanıcısı Olarak Yaşlılar**

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerin bir ürünü olarak ortaya çıkan sosyal medya, yalnızca genç kuşağın değil, hemen her yaş grubunun hayatına dokunmaya başlamıştır (Koçak, 2012: 244). Yapılan araştırmalar, internet ve sosyal medya kullanan yaşlı nüfusa ilişkin sayıların giderek arttığını göstermektedir. Birleşik Krallık'ın resmi telekomünikasyon ve medya düzenleyici kurumu olan 'Office of Communications' (Ofcom) tarafından 2018 yılında hazırlanan rapor, yaşlı bireylerin internet ve sosyal medya kullanım oranlarında yaşanan gelişmeye dikkat çekmesi bakımından önemlidir (2018a). Raporun ortaya koyduğu sonuçlara göre 65-74 yaş arası bireylerde akıllı telefon kullanım oranı 2011 yılında %8 iken, 2017 yılında bu oran %36'ya yükselmiştir. Araştırma sonuçları, Birleşik Krallık'ta 65 yaş ve üzerindeki internet kullanıcılarının neredeyse yarısının (%43) aynı zamanda bir sosyal medya hesabına sahip olduğunu da ortaya koymaktadır. Araştırma, kullanıcıların hangi araçlar üzerinden internete bağlandıklarını, yaş grupları arasında karşılaştırma yapabilmeye imkân tanıyacak şekilde ortaya koymuştur. Verilere göre genç kullanıcılar daha çok akıllı telefon aracılığıyla internet bağlantısı kurmayı tercih ederken, 65 yaş ve üzeri kullanıcılar bilgisayar ve tablet üzerinden ağa bağlandıklarını ifade etmişlerdir (Ofcom, 2018b). Yaşlı bireylerin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine Türkiye'de yapılan araştırmalar da benzer sonuçları ortaya koymaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2018 yılı Mart ayında yayınladığı "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" sonuçlarına göre, internet kullanan 65-74 yaş grubundaki bireylerin oranı 2012 yılı Nisan ayında %3,6 iken, bu oran 2016 yılının aynı ayında %8,8'e, 2018 yılında ise %17'ye yükselmiştir (TÜİK, 2018b).

Bu aşamada yaşlıların yeni iletişim teknolojileri ile ilişkileri üzerine yapılan akademik çalışmalarda elde edilen bulgulara değinmek gerekmektedir. Yıldırım Becerikli (2013), "Kuşaklararası İletişim Açısından Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: İleri Yaş Grubu Üzerine Bir Değerlendirme" başlıklı çalışmasında, ileri yaş grubu katılımcıların yeni iletişim teknolojileriyle kurdukları ilişki biçimini analiz etmiştir. Araştırma bulguları, ileri yaş grubundaki insan-

ların uzakta olan yakınlarıyla ve sevdikleriyle mesajlaşmak, sohbet etmek vs. gibi eylemlilikleri internet yoluyla gerçekleştirebildiklerini göstermektedir. Özellikle bankacılık işlemleri ya da e-devlet kapsamında sunulan hizmetlerin gündelik yaşamda büyük bir zaman ve enerji gerektiren işler olması nedeniyle, yaşlılar bu tür hizmetleri internet aracılığıyla almayı tercih etmektedirler. Tekedere ve Arpacı (2016), "Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Görüşleri" başlıklı bir çalışma yürütmüşlerdir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcılar, interneti en çok araştırma/bilgi edinme, e-mail gönderme, gündemi takip etme ve eğlence amaçlı kullandıklarını ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılan orta yaş ve yaşlı bireyler, sosyal medya denilince akıllarına ilk gelen kavramların iletişim, paylaşım ve eğlence olduğunu belirtmişlerdir. Kalinkara, Tezel ve Zorlu (2016: 525) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre ise sosyal medya ve internet kullanımı, bağımsızlık hissine katkısı, kişisel gelişim ve diğer insanlarla bağlantı kurabilme bakımından yaşlılara yaşam amacı belirleyen olumlu sonuçlar sunabilmektedir. Özellikle fiziksel erişim olanağı bulunmayan zamanlarda yaşlı insanların yakınlarına ve arkadaşlarına yeni teknolojiler aracılığıyla ulaşıyor olması, dış dünyayla bağlantıları açısından önem taşımaktadır.

### **Amaç ve Yöntem**

Bu çalışmanın genel amacı, 65 yaş ve üzeri bireylerin yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya ile olan ilişkilene biçimlerini, sosyal gerontologlarca (Park vd. 2019; Lee vd. 2018; Abitağaoğlu vd. 2019; Şekerci ve Biçer, 2019; Koo vd. 2017; Cho vd. 2017; Quadagno, 2008; Tümerdem, 2006) belirlenen yaşlılığa ilişkin yaş kategorileri arasında karşılaştırma yaparak ortaya koymaya çalışmaktır. Bu doğrultuda yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya kullanımı konusunda sahip olunan motivasyonlar, sosyal medya kullanım davranışları ve bu davranışlar neticesinde elde edilen doyum türleri açısından yaş kategorileri arasında anlamlı farklılıklar olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın genel amacı doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Teknolojik cihaz kullanım tercihleri ve bu cihazlara sahip olma yolları bakımından yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- Teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme yolları bakımından yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar var mıdır?
- Teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşanan sorunlar ve bu sorunların çözüm yolları yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermekte midir?
- Yaş grupları arasında, sosyal medya uygulamalarına ve takip edilen hesap içeriklerine ilişkin tercihler bakımından anlamlı farklılıklar var mıdır?
- Sosyal medya kullanım davranış ve motivasyonları yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermekte midir?



Çalışmanın evreni, araştırmanın yapıldığı 2019 yılında Eskişehir il merkezinde ikamet eden 65 yaş ve üzeri 75 bin 014 kişiden oluşmaktadır (TÜİK, ty.-d). Araştırma, Eskişehir merkezinde yaşayan 65+ yaş grubuna dâhil bireyler arasından tabakalı örnekleme yöntemiyle ulaşılanlar üzerinde uygulanan anket çalışmasını kapsamaktadır. Çalışmada sosyal gerontologlarca yapılan yaş sınıflaması referans alınmış ve yaş gruplarına bağlı alt tabakalar oluşturulmuştur. Bu doğrultuda 65-74 yaş grubu 'genç yaşlılar', 75-84 yaş grubu 'orta yaşlılar', 85 yaş ve üzeri ise 'ileri yaşlılar' olarak tanımlanmıştır.

Örneklem büyüklüğü belirlenirken Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2019 yılına ait yaş sınıflandırmasını temel alan verilerden yararlanılmıştır. Bu verilere göre 2019 yılı içerisinde Eskişehir il merkezinde 65-74 yaş grubuna dâhil 47 bin 732 kişi, 75-84 yaş grubuna dâhil 21 bin 367 kişi, 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil ise 5 bin 915 kişi yaşamaktadır (TÜİK, ty.-d). 65 yaş ve üzeri bireylerin toplam nüfusu 75 bin 014 kişidir. Buna göre Eskişehir il merkezinde yaşayan 65 yaş ve üzeri toplam nüfusun %63,6'sını 65-74 yaş grubu, %28,5'ini 75-84 yaş grubu, %7,9'unu ise 85 ve üzeri yaş grubu oluşturmaktadır. Araştırmada, TÜİK verilerindeki yaşa dayalı ayrıntılı nüfus bilgilerinden yola çıkılarak, 65 ve üzeri yaş grubunun nüfusunu temsil edecek 387 sayıda kişi örneklem olarak belirlenmiştir. Her bir tabakayı oluşturan yaş gruplarının evren içerisindeki paylarının hesaplanması sonucunda, 65-74 yaş grubuna dâhil 246 kişiyle, 75-84 yaş grubuna dâhil 110 kişiyle, 85 yaş ve üzeri gruba dâhil 31 kişi ile anket yapılması gerektiği belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinin ardından, alanyazın taraması ve uzman görüşleri doğrultusunda oluşturulan anket formu örneklem sayısı kadar çoğaltılmış ve saha uygulanması yapılmıştır. Anket formu, belirlenen örneklem sayısı kadar katılımcıya araştırmacının kendisi tarafından yüz yüze görüşmeye dayalı şekilde uygulanmıştır. Anket yoluyla toplanan veriler, SPSS 20.0 paket programı ile bilgisayar ortamına aktarılmış ve istatistiksel çözümlenmeleri yapılmıştır. Verilerin analiz yöntemi olarak frekans, ortalama, t-testi, f-testi (Varyans Analizi-ANOVA) ve çapraz tablolar uygulanmıştır. T-testi, f-testi (Varyans Analizi-ANOVA) ve çapraz tablolar kullanılarak değişkenler arası anlamlı bir ilişki aranmıştır. Ortaya çıkan anlamlı ilişkiler çok yönlü veri elde edilmesine katkıda bulunmuştur.

## **Bulgular ve Yorumları**

Bu bölümde, araştırmaya yönelik nicel veri toplama tekniği olan anket uygulamasından elde edilen bulgular yer almaktadır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda belirlenen başlıklar altında, bulgulara ilişkin analiz ve tablolar yorumlar eşliğinde sunulmuştur.

### **Katılımcıların teknolojik cihaz kullanım tercihlerinin yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

Katılımcıların teknolojik cihaz kullanım tercihlerinin yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ( $p < .05$ ) belirlemek

amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek üzere 'Post Hoc (Scheffe)' testi yapılmış, farklılığın yönünü daha net ortaya koyabilmek için ise çapraz tablolar oluşturulmuştur. Yapılan ANOVA analizi sonucunda yaş grupları arasında masaüstü bilgisayar kullanımı ( $p=.049$ ), dizüstü bilgisayar/laptop kullanımı ( $p=.041$ ) ve akıllı saat kullanımı ( $p=.021$ ) bakımından anlamlı farklılıklar olduğu belirlenmiştir. Masaüstü bilgisayar, dizüstü bilgisayar/laptop ve akıllı saat kullanım tercihlerinin yaş aralıklarına göre farklılaşma durumları, *Tablo 1*, *Tablo 2* ve *Tablo 3*'te yer alan çapraz tablolar eşliğinde sunulmaktadır.

*Tablo 1. Masaüstü bilgisayar kullanım tercihlerinin yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

<b>Masaüstü bilgisayar kullanıyor musunuz?</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	187	70	21	<b>278</b>
	Kişi yüzdesi	%67.3	%25.2	%7.6	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%76	%63.6	%67.7	<b>%71.8</b>
Evet	N	59	40	10	<b>109</b>
	Kişi yüzdesi	%54.1	%36.7	%9.2	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%24	%36.4	%32.3	<b>%28.2</b>
<b>Toplam</b>	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

*Tablo 1*'de yer alan bulgulara göre 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %24'ü "Masaüstü bilgisayar kullanıyor musunuz?" sorusuna evet cevabı verirken, bu oran 75-84 yaş arası kişilerde %36,4, 85 ve üzeri yaş grubu kişilerde ise %32,3 olarak belirlenmiştir. Bu verilere göre 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların masaüstü bilgisayar kullanımı bakımından 75-84 yaş grubuna dâhil kişilerden ve 85 yaş üzeri kişilerden farklılaştıkları söylenebilir. Başka bir ifade ile genç yaşlıların, orta yaşlılar ve ileri yaşlılara kıyasla sabit bilgisayar kullanımından ziyade mobil cihazları tercih ettiği ifade edilebilir. Masaüstü bilgisayarların mobil cihazlara kıyasla daha büyük ekran ve klavye boyutlarına sahip

olması da orta yaşlı ve ileri yaşlı bireylerin tercih sebepleri arasında sayılabilir. Nitekim yaşın ilerlemesi ile birlikte ortaya çıkan fiziksel değişikliklerden biri görme yetisinde yaşanan gerileme olabilmektedir. Daha büyük ekran ve klavye boyutuna sahip cihazların tercih edilme sebebi, söz konusu fiziksel değişikliğin bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir.

*Tablo 2. Dizüstü bilgisayar/laptop kullanım tercihlerinin yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

<b>Dizüstü bilgisayar kullanıyor musunuz?</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	<b>N</b>	208	98	31	<b>337</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	%61.7	%29.1	%9.2	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	%84.6	%89.1	%100	<b>%87.1</b>
Evet	<b>N</b>	38	12	0	<b>50</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	%76	%24	%0	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	%15.4	%10.9	%0	<b>%12.9</b>
<b>Toplam</b>	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

*Tablo 2'*de yer alan bulgular, dizüstü bilgisayar kullanım tercihi ile yaş aralığı arasında ters orantı olduğunu göstermektedir. 65-74 yaş grubuna dâhil kişilerin %15,4'ü dizüstü bilgisayar kullandığını ifade ederken, bu oran 75-84 yaş arası kişilerde %10,9'a düşmektedir. 85 yaş ve üzeri katılımcılar arasında dizüstü bilgisayar kullandığını ifade eden kişi bulunmamaktadır. *Tablo 2'*de yer alan veriler, *Tablo 1'*de yer alan verileri destekler niteliktedir. Nitekim veriler, yaş grubu ilerledikçe dizüstü bilgisayar kullanım tercihinin düştüğünü göstermektedir.

Teknolojik cihaz kullanım tercihi ile yaş aralığı arasındaki en anlamlı fark akıllı saat kullanımına ilişkindir. *Tablo 3'*te yer alan verilere göre 65-74 yaş aralığında bulunan kişilerin %5,3'ü akıllı saat kullandıklarını belirtmişlerdir. 75-84 yaş grubu ve 85 üzeri yaş grubuna dâhil katılımcılardan akıllı saat kullandı-

nı belirten ise olmamıştır. Tabloya göre genel anlamda da akıllı saat kullanım oranının düşük olduğu söylenebilir. Ancak yaş grupları arasındaki keskin fark dikkat çekmektedir. Örneklem içerisinde akıllı saat kullandığını belirtenlerin tamamı 65-74 yaş grubuna dâhil kişilerdir. Akıllı saatin diğer teknolojik cihazlara kıyasla yeni bir teknolojik ürün olması, oldukça küçük boyutlara sahip olması, ses ve ekran ışığı seviyelerinin yeterince yüksek olmaması, orta yaşlı ve ileri yaşlı bireyler tarafından tercih edilmeme sebepleri arasında gösterilebilir. Mobil cihazların boyutlarının giderek küçülmesi ile birlikte, yaşlılar için kullanımın daha da zor hale gelmesinin, kullanım tercihi üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Özellikle küçük tuşları kullanma ve küçük ekranlardan okuma yapma zorluğu, ileri yaş grubundaki bireylerin mobil cihaz kullanmaları önünde kısıtlayıcı etki yapabilmektedir.

Tablo 3. Akıllı saat kullanım tercihlerinin yaş aralığına göre farklılaşma durumu

<b>Akıllı saat kullanıyor musunuz?</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	233	110	31	<b>374</b>
	Kişi yüzdesi	%62.3	%29.4	%8.3	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%94.7	%100	%100	<b>%96.6</b>
Evet	N	13	0	0	<b>13</b>
	Kişi yüzdesi	%100	%0	%0	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%5.3	%0	%0	<b>%3.4</b>
<b>Toplam</b>	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

#### **Katılımcıların teknolojik cihazlara sahip olma yollarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

Katılımcıların teknolojik cihazlara sahip olma yollarının yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ( $p<.05$ ) belirlemek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek üzere 'Post Hoc (Scheffe)' testi yapılmış,

farklılığın yönünü daha net ortaya koyabilmek için ise çapraz tablolar oluşturulmuştur. Yapılan ANOVA analizi sonucunda yaş grupları arasında, aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) kişilerin kullanmadıkları eski cihazlarına sahip olma düzeyleri bakımından ( $p=.001$ ) anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

*Tablo 4, "Aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) kişilerin kullanmadıkları eski cihazlarına sahibim" seçeneğine olumlu yanıt veren katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir. Buna göre, 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %34,1'i, 75-84 yaş aralığında bulunan katılımcıların %50'si, 85 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %61,3'ü aile üyeleri ve yakın çevreden kişilerin kullanmadıkları eski cihazlarına sahip olduklarını ifade etmişlerdir.*

*Tablo 4. Teknolojik cihazlara sahip olma yollarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

<i>Aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) kişilerin kullanmadıkları eski cihazlarına sahibim</i>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	162	55	12	<b>229</b>
	Kişi yüzdesi	%70.7	%24	%5.2	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%65.9	%50	%38.7	<b>%59.2</b>
Evet	N	84	55	19	<b>158</b>
	Kişi yüzdesi	%53.2	%34.8	%12	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%34.1	%50	%61.3	<b>%40.8</b>
<b>Toplam</b>	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

Tabloda yer alan veriler, yaş aralığı yükseldikçe aile üyeleri ve yakın çevreden kişilerin kullanmadıkları eski cihazlarına sahip olma oranının da arttığını göstermektedir. Söz konusu veriler ışığında, 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil bireylerin teknolojiye adaptasyonlarının 75-84 ve 65-74 yaş gruplarına kıyasla daha düşük olduğunu söylemek mümkündür. Aynı kıyas 75-84 yaş grubu ile 65-

74 yaş grubu arası bireyler için de geçerlidir. Buna göre yeni teknolojileri takip etme yönündeki heyecan ve ilginin yaş aralığı yükseldikçe düştüğü yönünde bir yorum yapılabilir.

### **Katılımcıların teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme yollarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

Katılımcıların teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme yollarının yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ( $p < .05$ ) belirlemek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek üzere 'Post Hoc (Scheffe)' testi yapılmış, farklılığın yönünü daha net ortaya koyabilmek için ise çapraz tablolar oluşturulmuştur. Yapılan ANOVA analizi sonucunda yaş grupları arasında, teknolojik cihaz kullanmayı aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) kişilerden yardım alarak öğrenme oranları bakımından ( $p = .000$ ) anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir.

*Tablo 5, "Teknolojik cihaz kullanmayı aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) yardım alarak öğrendim" seçeneğine olumlu yanıt veren katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir. Buna göre, 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %60,6'sı, 75-84 yaş aralığında bulunan katılımcıların %80'i, 85 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %90,3'ü sahip oldukları cihazı kullanmayı aile üyeleri ve yakın çevreden kişilerin yardımları ile öğrendiklerini ifade etmişlerdir.*

*Tablo 5. Katılımcıların teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme yollarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

<b><i>Teknolojik cihaz kullanmayı aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) yardım alarak öğrendim</i></b>		<b><i>65-74</i></b>	<b><i>75-84</i></b>	<b><i>85 ve üzeri</i></b>	<b><i>Toplam</i></b>
Hayır	N	97	22	3	<b>122</b>
	Kişi yüzdesi	%79.5	%18	%2.5	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%39.4	%20	%9.7	<b>%31.5</b>
Evet	N	149	88	28	<b>265</b>
	Kişi yüzdesi	%56.2	%33.2	%10.6	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%60.6	%80	%90.3	<b>%68.5</b>

	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
<b>Toplam</b>	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

Söz konusu veriler ışığında, 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil bireylerin teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme konusunda 75-84 ve 65-74 yaş gruplarına kıyasla daha yüksek oranda yardım aldıklarını söylemek mümkündür. Aynı kıyas 75-84 yaş grubu ile 65-74 yaş grubu arası bireyler için de geçerlidir. Buna göre, yaş aralığı yükseldikçe teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme konusunda duyulan yardım alma ihtiyacının da arttığı yönünde bir yorum yapılabilir.

### **Katılımcıların teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşadıkları sorunların yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

65 yaş ve üzeri bireylerin teknolojik cihaz kullanırken yaşadıkları sorunların yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğine ilişkin bulgular bu başlık altında yorumlanmıştır. *Tablo 6*'da katılımcıların teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşadıkları sorunların yaş aralığına göre dağılımına ilişkin ortalama değerler görülmektedir.

*Tablo 6. Katılımcıların teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşadıkları sorunların yaş aralığına göre dağılımı*

	<b>65 - 74</b>	<b>75 - 84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Açıklayıcı bilgilerin anlaşılır olmaması nedeniyle yaşadığım sorunu çözmekte zorlanıyorum	3,76	4,29	4,45	<b>3,97</b>
Cihazı kullanma konusunda halen yeterli bilgiye sahip değilim	3,65	4,29	4,77	<b>3,92</b>
Cihaza zarar verebilirim düşüncesiyle bilgi sahibi olmadığım bir özelliği kullanmıyorum	3,59	4,28	4,61	<b>3,87</b>
Ekran boyutlarının küçük olması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor	3,53	4,25	4,74	<b>3,83</b>
Klavye-tuş boyutlarının küçük olması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor	3,52	4,28	4,74	<b>3,83</b>
Ses seviyesinin yeterince yüksek olmaması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor	3,33	4,29	4,71	<b>3,71</b>
Hesap şifresini unutmak/hatırlamamak giriş yapma zorluğu yaşamama neden oluyor	3,23	4,12	4,74	<b>3,60</b>

Cihazı kullanırken düzeltmeyeceğim bir hata yapma korkusu yaşıyorum	3,33	3,99	4,19	<b>3,59</b>
Ekran ışığı seviyesinin yeterince yüksek olmaması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor	3,22	4,08	4,58	<b>3,57</b>
Teknolojik bir cihaz kullanma konusunda becerikli değilim	3,28	3,69	4,06	<b>3,46</b>
Teknolojik bir cihaz kullanmayı öğrenmek son derece zor	3,17	3,73	4,06	<b>3,40</b>
Teknolojik bir cihaz kullanımı söz konusu olduğunda endişeleniyorum	3,16	3,70	4,06	<b>3,39</b>
Hata yaptığımda bana yardımcı olacak bir kişi bulmakta zorluk yaşıyorum	3,11	3,39	3,06	<b>3,19</b>
Menü tasarımının karmaşık yapısı nedeniyle aradığım sayfaya ulaşmakta zorluk yaşıyorum	2,73	3,25	3,77	<b>2,96</b>
Yanlış bir sayfaya girdiğimde ne yapacağımı bilemiyorum	2,72	3,36	3,16	<b>2,94</b>
Arka plan renklerinin koyu ve karanlık olması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor	2,19	2,85	3,39	<b>2,47</b>

*Tablo 6'*da yer alan verilere göre 65-74 yaş grubu açısından teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşanan en önemli sorun açıklayıcı bilgilerin yeterince anlaşılır olmamasıdır ( $\bar{x}=3.76$ ). Bu yaş grubuna dâhil katılımcılar, oldukça yoğun bir şekilde cihazı kullanma konusunda halen yeterli bilgiye sahip olmadıklarını düşünmektedirler ( $\bar{x}=3.65$ ). 65-74 yaş arası katılımcıların teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşadıkları en yüksek üçüncü sorun cihaza zarar verebilecekleri düşüncesiyle bilgi sahibi olmadıkları bir özelliği kullanmamalarıdır ( $\bar{x}=3.59$ ). 75-84 yaş grubu katılımcıların yaşanan sorunlar ile ilgili vermiş oldukları cevapların ortalamasına bakıldığında üç ifadenin öne çıktığı görülmektedir. Tablodaki verilere göre bu yaş grubuna dâhil katılımcılar için "Açıklayıcı bilgilerin anlaşılır olmaması nedeniyle yaşadığım sorunu çözmekte zorlanıyorum", "Cihazı kullanma konusunda halen yeterli bilgiye sahip değilim" ve "Ses seviyesinin yeterince yüksek olmaması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor" ifadeleri  $\bar{x}=4.29$  ortalama ile ilk sırada yer almaktadır. 75-84 yaş grubu katılımcılar için en yüksek ortalamaya sahip diğer ifadeler, "Cihaza zarar verebilirim düşüncesiyle bilgi sahibi olmadığım bir özelliği kullanmıyorum" ( $\bar{x}=4.28$ ) ve "Klavye-tuş boyutlarının küçük olması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor" ( $\bar{x}=4.28$ ) şeklindedir. 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil katılımcılar açısından yaşanan en önemli sorun, cihazı kullanma konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını düşünmeleridir ( $\bar{x}=4.77$ ). "Ekran boyutlarının küçük olması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor", "Klavye-tuş boyutlarının küçük olması kullanım zorluğu yaşamama neden oluyor" ve "Hesap şifresini unutmak/hatırlama-



mak giriş yapma zorluğu yaşamama neden oluyor” ifadeleri de 85 ve üzeri yaş grubu için ( $\bar{x}=4.74$ ) önemli diğer kullanım sorunları arasında yer almaktadır. Ortalama değerler birbirinden farklı olsa da her üç yaş grubu için cihazı kullanma konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını düşünceleri ortak sorundur. 65-74 yaş grubu ve 75-84 yaş grubu katılımcıları, açıklayıcı bilgilerin anlaşılır olmadığını ve cihaza zarar verebilecekleri kaygısıyla bilgi sahibi olmadıkları özellikleri kullanmadıklarını belirtmişlerdir. 85 ve üzeri yaş grubunun diğer iki gruptan farklı olarak yaşadığı en önemli sorun ise hesap şifresini unutmaları ya da hatırlayamamaları nedeniyle giriş yapma zorluğu yaşamaları olarak ön plana çıkmaktadır.

### **Teknolojik cihaz kullanırken yaşanan sorunlara ilişkin çözüm yollarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

Katılımcıların teknolojik cihaz kullanırken yaşadıkları sorunlara hangi yolla çözüm bulduklarına ilişkin verilerin yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ( $p<.05$ ) belirlemek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek üzere ‘Post Hoc (Scheffe)’ testi yapılmış, farklılığın yönünü daha net ortaya koyabilmek için ise çapraz tablolar oluşturulmuştur. Yapılan ANOVA analizi sonucunda yaş grupları arasında, “Kullanım sorununu internet üzerinden araştırmaya yaparak çözmeye çalışırım” ( $p=.001$ ) ve “Kullanım sorununu aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) yardım alarak çözmeye çalışırım” ( $p=.000$ ) seçenekleri bakımından anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir.

*Tablo 7, “Kullanım sorununu internet üzerinden araştırma yaparak çözmeye çalışırım” seçeneğine olumlu yanıt veren katılımcıların yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir. Buna göre, 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %45,5’i, 75-84 yaş aralığında bulunan katılımcıların %30,9’u, 85 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %16,1’i teknolojik cihaz kullanırken yaşadıkları sorunları internet üzerinden araştırma yaparak çözmeye çalıştıklarını belirtmiştir. Bu veriler yaş aralığı arttıkça yaşanan sorunların çözümünde internetin bir araç olarak kullanılma oranının düştüğünü göstermektedir. Genç yaşlı, orta yaşlı ve ileri yaşlı bireyler arasında bir karşılaştırma yapılacak olursa genç yaşlı bireylerin interneti bir bilgi kaynağı olarak kullanma konusundaki motivasyonlarının diğer iki gruba kıyasla daha yüksek olduğu söylenebilir.*

*Tablo 7. Teknolojik cihaz kullanırken yaşanan sorunları internet üzerinden çözmeye çalışan katılımcıların yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

<b>Kullanım sorununu internet üzerinden araştırma yaparak çözmeye çalışırım</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	134	76	26	<b>236</b>
	Kişi yüzdesi	%56.8	%32.2	%11	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%54.5	%69.1	%83.9	<b>%61</b>

Evet	N	112	34	5	<b>151</b>
	Kişi yüzdesi	%74.2	%22.5	%3.3	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%45.5	%30.9	%16.1	<b>%39</b>
Toplam	N	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	Kişi yüzdesi	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

Tablo 8’de ise teknolojik cihaz kullanırken yaşanan sorunları aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) yardım alarak çözmeye çalışan katılımcıların yaş aralığına göre farklılaşma durumları ortaya konmuştur. Tabloda yer alan verilere göre 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %61’i, 75-84 yaş aralığında bulunan katılımcıların %84,5’i, 85 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %90,3’ü, teknolojik cihaz kullanırken yaşadıkları sorunları aile üyeleri ve yakın çevrelerinden yardım alarak çözmeye çalıştıklarını belirtmiştir.

Tablo 8. Teknolojik cihaz kullanırken yaşanan sorunları aile üyeleri ve yakın çevreden yardım alarak çözmeye çalışan katılımcıların yaş aralığına göre farklılaşma durumu

<b>Kullanım sorununu aile üyeleri ve yakın çevreden (eş, çocuk, torun, arkadaş vb.) yardım alarak çözmeye çalışırım</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	96	17	3	116
	Kişi yüzdesi	%82.8	%14.7	%2.6	%100
	Cevap yüzdesi	%39	%15.5	%9.7	%30
Evet	N	150	93	28	271
	Kişi yüzdesi	%55.4	%34.3	%10.3	%100
	Cevap yüzdesi	%61	%84.5	%90.3	%70
Toplam	N	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	Kişi yüzdesi	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

*Tablo 7 ve Tablo 8’de yer alan veriler birbirlerini destekler niteliktedir. Tablo 7’deki bulgular yaş aralığı arttıkça yaşanan sorunların çözümünde internetin bir araç olarak kullanılma oranının düştüğünü göstermektedir. Tablo 8’deki veriler de yaş aralığı arttıkça yaşanan sorunların çözümünde aile ve yakın çevreden yardım alma oranının yükseldiğini göstermektedir. Buna göre ileri yaşlı grubun, orta yaşlı ve genç yaşlılara kıyasla, orta yaşlı grubun ise genç yaşlılara kıyasla yaşadıkları sorunların çözümünde aile ve yakın çevrenin yardımına başvurma eğilimlerinin yüksek olduğu yorumunda bulunulabilir.*

### **Kullanılan sosyal medya uygulamalarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

Katılımcıların kullandıkları sosyal medya uygulamalarının yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini ( $p < .05$ ) belirlemek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu farklılıkların hangi yaş gruplarında ortaya çıktığını görebilmek üzere ‘Post Hoc (Scheffe)’ testi yapılmış, farklılığın yönünü daha net ortaya koyabilmek için ise çapraz tablolar oluşturulmuştur. Yapılan ANOVA analizi sonucunda yaş grupları arasında *Facebook* ( $p = .000$ ) ve *Instagram* ( $p = .031$ ) kullanımı bakımından anlamlı farklılıkların olduğu belirlenmiştir. *Tablo 9, Facebook kullanımının yaş gruplarına göre dağılımını göstermektedir.*

*Tablo 9. Facebook kullanımının yaş gruplarına göre farklılaşma durumu*

<b>Facebook kullanıyor musunuz?</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	82	18	3	<b>103</b>
	Kişi yüzdesi	%79.6	%17.5	%2.9	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%33.3	%16.4	%9.7	<b>%26.6</b>
Evet	N	164	92	28	<b>284</b>
	Kişi yüzdesi	%57.7	%32.4	%9.9	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%66.7	%83.6	%90.3	<b>%73.4</b>
<b>Toplam</b>	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

Tabloya göre, 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %66,7’si, 75-84

yaş aralığında bulunan katılımcıların %83,6'sı, 85 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %90,3'ü *Facebook* kullanıcıları olduklarını belirtmişlerdir. Tabloda *Facebook*'un 85 yaş ve üzeri bireyler arasında daha popüler olduğu görülmektedir. Bu veriler ışığında yaş aralığı arttıkça *Facebook* kullanımının yükseldiği yorumu yapılabilir.

*Tablo 10*'da *Instagram* kullanımının yaş gruplarına göre dağılımı görülmektedir. Buna göre 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcıların %46,7'si, 75-84 yaş aralığında bulunan katılımcıların %34,5'i, 85 ve üzeri yaş grubunda bulunan katılımcıların ise %29'u *Instagram* kullanıcıları olduklarını belirtmişlerdir. Tabloda, *Instagram*'ın 65-74 yaş grubu bireyler arasında popüler olduğu görülmektedir. Bu veriler ışığında yaş aralığı arttıkça *Instagram* kullanımının düştüğü yorumu yapılabilir.

*Tablo 10. Instagram kullanımının yaş gruplarına göre farklılaşma durumu*

<b>Instagram kullanıyor musunuz?</b>		<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Hayır	N	131	72	22	<b>225</b>
	Kişi yüzdesi	%58.2	%32	%9.8	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%53.3	%65.5	%71	<b>%58.1</b>
Evet	N	115	38	9	<b>162</b>
	Kişi yüzdesi	%71	%23.5	%5.6	<b>%100</b>
	Cevap yüzdesi	%46.7	%34.5	%29	<b>%41.9</b>
<b>Toplam</b>	<b>N</b>	<b>246</b>	<b>110</b>	<b>31</b>	<b>387</b>
	<b>Kişi yüzdesi</b>	<b>%63.6</b>	<b>%28.4</b>	<b>%8</b>	<b>%100</b>
	<b>Cevap yüzdesi</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>

### **Katılımcıların takip ettikleri sosyal medya hesap içeriklerinin yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

65 yaş ve üzeri bireylerin takip ettikleri sosyal medya hesap içeriklerinin yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğine ilişkin bulgular bu başlık altında yorumlanmıştır. *Tablo 11*'de katılımcıların takip ettikleri sosyal medya hesap içeriklerinin yaş aralığına göre dağılımına ilişkin ortalama değerler görülmektedir.

*Tablo 11. Katılımcıların takip ettikleri sosyal medya hesap içeriklerinin yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

	<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Sağlık içerikli hesapları takip ederim	3,61	4,09	4,45	<b>3,81</b>
Siyaset içerikli hesapları takip ederim	3,80	3,81	3,81	<b>3,80</b>
Ekonomi içerikli hesapları takip ederim	3,61	3,32	3,03	<b>3,48</b>
Hobi/Boş zaman aktiviteleri içerikli hesapları takip ederim	3,39	3,45	3,65	<b>3,43</b>
Eğlence/mizah içerikli hesapları takip ederim	3,26	3,19	3,03	<b>3,22</b>
Din içerikli hesapları takip ederim	2,95	3,35	3,55	<b>3,11</b>
Spor içerikli hesapları takip ederim	3,20	2,93	2,48	<b>3,07</b>
Magazin içerikli hesapları takip ederim	2,92	2,88	2,52	<b>2,88</b>
Kamu hizmetleri içerikli hesapları takip ederim	3,04	2,53	2,35	<b>2,84</b>
Kültür-sanat içerikli hesapları takip ederim	2,65	2,42	2,42	<b>2,56</b>

Tabloya göre 65-74 yaş aralığında bulunan katılımcılar en çok siyaset içerikli hesapları ( $\bar{x}=3.80$ ) takip ettiklerini ifade etmişlerdir. Buna rağmen 75-84 yaş aralığında bulunan katılımcılar ( $\bar{x}=4.09$ ) ile 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil katılımcılar ( $\bar{x}=4.45$ ) en çok sağlık içerikli hesapları takip ettiklerini ifade etmişlerdir. *Tablo 11*'de yer alan verilere göre yaş aralığı yükseldikçe sağlık içerikli hesapların takip edilmesine ilişkin ortalama değerlerde de artış meydana gelmektedir. Bu durum yaşlanma sürecinin beraberinde getirdiği sağlık sorunlarına yönelik bilgi alma motivasyonunda yaşanan artışın bir sonucu olarak yorumlanabilir.

### **Katılımcıların sosyal medya kullanım davranışlarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

65 yaş ve üzeri bireylerin sosyal medya kullanım davranışlarının yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğine ilişkin bulgular bu başlık altında yorumlanmıştır. *Tablo 12*'de katılımcıların sosyal medya uygulamalarında hangi davranışları gerçekleştirdiklerinin yaş aralığına göre dağılımına ilişkin ortalama değerler görülmektedir. Buna göre 65-74, 75-84 ve 85+ yaş gruplarına dâhil katılımcılar arasında sosyal medya kullanım davranışları bakımından istatistiksel açıdan bazı anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

Tablo 12. Katılımcıların sosyal medya kullanım davranışlarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu

	<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Video izlerim	4,29	4,35	4,32	<b>4,31</b>
Mevcut arkadaşlarım ile mesajlaşırım	4,15	4,34	4,58	<b>4,24</b>
Aile üyelerim ile mesajlaşırım	4,08	4,36	4,68	<b>4,21</b>
Başkalarının paylaşımlarını beğenirim	3,97	4,15	4,23	<b>4,04</b>
Başkalarının fotoğraflarına bakarım	3,89	4,13	4,26	<b>3,99</b>
Başkalarının çektiği fotoğrafları paylaşıyorum	3,85	3,99	3,97	<b>3,90</b>
Kendi çektiğim fotoğrafları paylaşıyorum	3,86	4,01	3,77	<b>3,90</b>
Gündemi takip ederim	3,86	3,91	3,90	<b>3,88</b>
Eski arkadaşlarımı bulurum	3,78	4,02	3,90	<b>3,86</b>
Başkalarının çektiği videoları paylaşıyorum	3,80	3,95	3,90	<b>3,85</b>
Haber okurum	3,83	3,89	3,84	<b>3,84</b>
Kendi çektiğim videoları paylaşıyorum	3,81	3,94	3,68	<b>3,84</b>
Başkalarının paylaşımlarına yorum yazarım	3,76	3,95	3,97	<b>3,83</b>
Başkalarının profillerini incelerim	3,78	3,76	3,97	<b>3,79</b>

65-74 yaş grubuna dâhil katılımcıların kullanım davranışları arasında video izlemek ( $\bar{x}=4.29$ ), mevcut arkadaşları ile mesajlaşmak ( $\bar{x}=4.15$ ) ve aile üyeleri ile mesajlaşmak ( $\bar{x}=4.08$ ) ilk sıralarda yer almaktadır. 75-84 yaş grubuna dâhil katılımcılar en çok aile üyeleri ile mesajlaştıklarını ( $\bar{x}=4.36$ ), video izlediklerini ( $\bar{x}=4.35$ ) ve mevcut arkadaşları ile mesajlaştıklarını ( $\bar{x}=4.34$ ) ifade etmişlerdir. 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil katılımcılar ise en çok aile üyeleri ile mesajlaştıklarını ( $\bar{x}=4.68$ ), mevcut arkadaşları ile mesajlaştıklarını ( $\bar{x}=4.58$ ) ve video izlediklerini ( $\bar{x}=4.32$ ) belirtmişlerdir.

Başkalarının paylaşımlarını beğenme ( $\bar{x}=3.97$ ), başkalarının fotoğraflarına bakma ( $\bar{x}=3.89$ ), kendi çektiği fotoğrafları paylaşma ( $\bar{x}=3.86$ ) ve gündemi takip etme ( $\bar{x}=3.86$ ), 65-74 yaş grubu katılımcıların en çok gerçekleştirmiş oldukları diğer davranışlar arasında yer almaktadır. 75-84 yaş grubu katılımcıların yoğunlukla gerçekleştirdikleri davranışlar, başkalarının paylaşımlarını beğenme ( $\bar{x}=4.15$ ), başkalarının fotoğraflarına bakma ( $\bar{x}=4.13$ ), eski arkadaşların bulma (

$\bar{x}=4.02$ ) ve kendi çektiği fotoğrafları paylaşma ( $\bar{x}=4.01$ ) şeklindedir. 85 yaş ve üzeri bireyler ise başkalarının fotoğraflarına bakma ( $\bar{x}=4.26$ ), başkalarının paylaşımlarını beğenme ( $\bar{x}=4.23$ ), başkalarının çektiği fotoğrafları paylaşma ( $\bar{x}=3.97$ ), başkalarının paylaşımlarına yorum yazma ( $\bar{x}=3.97$ ) ve başkalarının profillerini inceleme ( $\bar{x}=3.97$ ) davranışlarını yoğun şekilde gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Buna göre 65-74 yaş grubu katılımcıların sosyal medya uygulamalarında en çok eğlence, sosyal etkileşim, gözetim ve enformasyona yönelik davranışlarda bulunduğu belirlenmiştir. 75-84 ve 85+ yaş grubu katılımcıların ise sosyal medya uygulamalarında en çok sosyal etkileşim, eğlence ve gözetime yönelik davranışlarda bulunduğu ortaya konmuştur. Tabloda yer alan verilere göre yaş aralığı arttıkça aile üyeleri ve mevcut arkadaşlar ile mesajlaşma oranının da artış gösterdiği görülmüştür.

### **Katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonlarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu**

65 yaş ve üzeri bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonlarının yaş aralığına göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğine ilişkin bulgular bu başlık altında yorumlanmıştır. *Tablo 13*'te katılımcıların sosyal medya kullanımı konusunda sahip oldukları motivasyon unsurlarının yaş aralığına göre dağılımına ilişkin ortalama değerler görülmektedir. Buna göre 65-74, 75-84 ve 85+ yaş gruplarına dâhil katılımcılar arasında sosyal medya kullanım motivasyonları bakımından istatistiksel açıdan bazı anlamlı farklılıklar bulunmuştur.

*Tablo 13. Katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonlarının yaş aralığına göre farklılaşma durumu*

	<b>65-74</b>	<b>75-84</b>	<b>85 ve üzeri</b>	<b>Toplam</b>
Mevcut arkadaşlarım ile sürekli iletişim halinde oluyorum	4,45	4,61	4,55	<b>4,50</b>
Ailem ile sürekli iletişim halinde oluyorum	4,41	4,63	4,71	<b>4,50</b>
Gündemdeki konular hakkında bilgi sahibi oluyorum	4,06	4,29	4,23	<b>4,14</b>
Başkaları ile bir araya geldiğimde sohbet edecek konu sağlıyor	3,99	4,12	4,26	<b>4,05</b>
İlgi alanlarım/hobilerim hakkında farklı bilgiler ediniyorum	3,92	4,14	4,16	<b>4,00</b>
Bir konu hakkındaki farklı düşünce ve bakış açılarına ulaşabilmemi sağlıyor	3,96	3,99	4,03	<b>3,97</b>
Sosyal medya kullanmak kendimi geliştirmemi sağlıyor	3,87	4,08	4,13	<b>3,95</b>

Zamanın hızlı geçmesine yardımcı oluyor	3,68	4,23	4,35	<b>3,89</b>
Benden daha farklı sorunları olan insanların varlığından haberdar oluyorum	3,86	3,90	3,94	<b>3,88</b>
Boş zamanlarımı değerlendiriyorum	3,61	4,14	4,29	<b>3,81</b>
Benimle aynı sorunları paylaşan insanlar olduğunu öğreniyorum	3,78	3,86	3,84	<b>3,81</b>
Uzaklık duygusunu ortadan kaldırıyor	3,67	3,94	4,39	<b>3,80</b>
Olaylar ve insanlar hakkında nasıl düşüneceğim konusunda yol gösterici oluyor	3,75	3,83	3,94	<b>3,79</b>
Diğer insanların hayatlarında olup bitenleri takip ediyorum	3,68	3,88	4,03	<b>3,77</b>
Yalnızlık hissinden kurtarıyor	3,54	3,65	4,13	<b>3,62</b>
Kendimi bir gruba ait hissettiriyor	3,61	3,73	4,06	<b>3,68</b>

Tabloda yer alan verilere göre 65-74 yaş arası katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonları arasında ilk sıralarda mevcut arkadaşlar ( $\bar{x}=4.45$ ) ve aile üyeleri ile ( $\bar{x}=4.41$ ) iletişim halinde olmak, gündemdeki konular hakkında bilgi sahibi olmak ( $\bar{x}=4.06$ ), başkaları ile bir araya gelindiğinde sohbet edecek konu sağlaması ( $\bar{x}=3.99$ ), bir konu hakkındaki farklı düşünce ve bakış açılarına ulaşabilmek ( $\bar{x}=3.96$ ) ve ilgi alanları/hobiler hakkında farklı bilgiler edinmek ( $\bar{x}=3.92$ ) unsurları yer almaktadır. 65-74 yaş arası katılımcıların, "Sosyal medya kullanmak kendimi geliştirmemi sağlıyor" ( $\bar{x}=3.87$ ), "Benden daha farklı sorunları olan insanların varlığından haberdar oluyorum" ( $\bar{x}=3.86$ ), "Benimle aynı sorunları paylaşan insanlar olduğunu öğreniyorum" ( $\bar{x}=3.78$ ) ve "Olaylar ve insanlar hakkında nasıl düşüneceğim konusunda yol gösterici oluyor" ( $\bar{x}=3.75$ ) ifadelerine yönelik ortalama değerleri de bu konulara ilişkin motivasyonlarının yüksek olduğunu göstermektedir.

75-84 yaş arası katılımcıların sosyal medya kullanım motivasyonları arasında ilk sıralarda aile ( $\bar{x}=4.63$ ) ve mevcut arkadaşlar ( $\bar{x}=4.61$ ) ile iletişim halinde olmak, gündemdeki konular hakkında bilgi sahibi olmak ( $\bar{x}=4.29$ ), zamanın hızlı geçmesine yardımcı olması ( $\bar{x}=4.23$ ), boş zamanları değerlendirmek ( $\bar{x}=4.14$ ), ilgi alanları/hobiler hakkında farklı bilgiler edinmek ( $\bar{x}=4.14$ ) ve başkaları ile bir araya gelindiğinde sohbet edecek konu sağlaması ( $\bar{x}=4.12$ ) unsurları yer almaktadır. 75-84 yaş arası katılımcıların "Sosyal medya kullanmak kendimi geliştirmemi sağlıyor" ( $\bar{x}=4.08$ ), "Bir konu hakkındaki farklı düşünce ve bakış açılarına ulaşabilmemi sağlıyor" ( $\bar{x}=3.99$ ), "Uzaklık duygusunu ortadan kaldırıyor" ( $\bar{x}=3.94$ ), "Benden daha farklı sorunları olan insanların varlığından haberdar



oluyorum" ( $\bar{x}=3.90$ ) ve "Diğer insanların hayatlarında olup bitenleri takip ediyorum" ( $\bar{x}=3.88$ ) ifadelerine yönelik ortalama değerleri de bu konulara ilişkin motivasyonlarının yüksek olduğunu göstermektedir.

85 yaş ve üzeri katılımcıların ise sosyal medya kullanım motivasyonları arasında ilk sıralarda aile ( $\bar{x}=4.71$ ) ve mevcut arkadaşlar ( $\bar{x}=4.55$ ) ile iletişim halinde olmak, uzaklık duygusunu ortadan kaldırması ( $\bar{x}=4.39$ ), zamanın hızlı geçmesine yardımcı olması ( $\bar{x}=4.35$ ), boş zamanları değerlendirme ( $\bar{x}=4.29$ ), başkaları ile bir araya gelindiğinde sohbet edecek konu sağlaması ( $\bar{x}=4.26$ ) ve gündemdeki konular hakkında bilgi sahibi olmak ( $\bar{x}=4.23$ ) unsurları yer almaktadır. 85 yaş ve üzeri katılımcıların "İlgi alanlarım/hobilerim hakkında farklı bilgiler ediniyorum" ( $\bar{x}=4.16$ ), "Sosyal medya kullanmak kendimi geliştirmemi sağlıyor" ( $\bar{x}=4.13$ ), "Yalnızlık hissinden kurtarıyor" ( $\bar{x}=4.13$ ), "Kendimi bir gruba ait hissettiriyor" ( $\bar{x}=4.06$ ), "Bir konu hakkındaki farklı düşünce ve bakış açılarına ulaşabilmemi sağlıyor" ( $\bar{x}=4.03$ ) ve "Diğer insanların hayatlarında olup bitenleri takip ediyorum" ( $\bar{x}=4.03$ ) ifadelerine yönelik ortalama değerleri de bu konulara ilişkin motivasyonlarının yüksek olduğunu göstermektedir.

*Tablo 13'*te yer alan veriler ayrıntılı olarak incelendiğinde 65-74 yaş arası katılımcıların sosyal medya uygulamalarını sosyal etkileşim/iletişim kurmak, enformasyon/bilgi edinmek, zaman geçirme/oyalanma ve gözetime yönelik motivasyonlar ile kullandıkları görülmektedir. Tabloya göre 75-84 yaş arası katılımcılar sosyal medya uygulamalarını en çok sosyal etkileşim/iletişim kurmak, enformasyon/bilgi edinmek, zaman geçirme/oyalanma, gözetim ve eğlenceye yönelik motivasyonlar ile kullandıkları görülmektedir. Bu anlamda 65-74 ve 75-84 yaş grupları arasındaki farkın eğlenceye yönelik motivasyona ilişkin olduğu söylenebilir. 85 yaş ve üzeri katılımcıların da sosyal medya uygulamalarını daha çok sosyal etkileşim/iletişim kurmak, zaman geçirme/oyalanma, enformasyon/bilgi edinmek, gözetim ve eğlenceye yönelik motivasyonlar ile kullandıkları görülmektedir. Bununla birlikte zaman geçirme/oyalanma motivasyonunun 85 yaş ve üzeri katılımcılar için ön plana çıktığı ve bu noktada 65-74 ve 75-84 yaş gruplarından farklılaştığı söylenebilir.

## Sonuç

65 yaş ve üzeri bireylerin yeni iletişim teknolojileri ve sosyal medya ile olan ilişkilene biçimlerini, yaşlılığa ilişkin yaş kategorileri arasında karşılaştırma yaparak ortaya koymaya yönelik çalışma kapsamında elde edilen bulgulara ilişkin sonuçlar bu başlık altında sunulmuştur. Araştırmaya ilişkin önemli sonuçlardan biri genç yaşlıların, orta yaşlılar ve ileri yaşlılara kıyasla sabit bilgisayar kullanımından ziyade mobil cihazları tercih ettiği yönündedir. Masaüstü bilgisayarların mobil cihazlara kıyasla daha büyük ekran ve klavye boyutlarına sahip olması orta yaşlı ve ileri yaşlı bireylerin tercih sebepleri arasında sayılabilir. Nitekim yaştan ilerlemesi ile birlikte ortaya çıkan fiziksel değişikliklerden biri görme yetisinde yaşanan gerileme olabilmektedir. Daha büyük ekran ve klavye

boyutuna sahip cihazların tercih edilme sebebi, söz konusu fiziksel değişikliğin bir sonucu olarak ortaya çıkabilmektedir.

Araştırma kapsamında 65 yaş ve üzeri bireylerin teknolojik cihazlara hangi yollarla sahip olduklarını belirlemeye yönelik soru sorulmuştur. Yaş aralığı yükseldikçe aile üyeleri ve yakın çevreden kişilerin kullanmadıkları eski cihazlarına sahip olma oranının arttığı belirlenmiştir. Dolayısıyla 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil bireylerin teknolojiye adaptasyonlarının 75-84 ve 65-74 yaş gruplarına kıyasla daha düşük olduğunu söylemek mümkündür. Aynı kıyas 75-84 yaş grubu ile 65-74 yaş grubu arası bireyler için de geçerlidir. Buna göre yeni teknolojileri takip etme yönündeki heyecan ve ilginin yaş aralığı yükseldikçe düştüğü yönünde sonuca ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlardan biri de 65 yaş ve üzeri bireylerin teknolojik cihaz kullanmayı hangi yollarla öğrendiklerine ilişkindir. Bu kişilerin teknolojik cihaz kullanımı konusunda yardım alma eğilimlerinin yüksek olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte 85 ve üzeri yaş grubuna dâhil bireylerin teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme konusunda 75-84 ve 65-74 yaş gruplarına kıyasla daha yüksek oranda yardım aldıkları saptanmıştır. Aynı kıyas 75-84 yaş grubu ile 65-74 yaş grubu arası bireyler için de geçerlidir. Dolayısıyla, yaş aralığı yükseldikçe teknolojik cihaz kullanmayı öğrenme konusunda duyulan yardım alma ihtiyacının da arttığı yönünde bir sonuca ulaşılmıştır. Bununla birlikte 85 yaş ve üzeri bireylerin teknolojik cihaz kullanımı konusunda yaşanan sorunlar bakımından 65-74 ve 75-84 yaş arası bireylerden farklılaştığı belirlenmiştir. Nitekim her üç yaş grubu için cihazı kullanma konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını düşünmeleri ortak sorundur. 65-74 yaş grubu ve 75-84 yaş grubu katılımcılar, açıklayıcı bilgilerin anlaşılır olmadığını ve cihaza zarar verebilecekleri kaygısıyla bilgi sahibi olmadıkları özellikleri kullanmadıklarını belirtmişlerdir. 85 ve üzeri yaş grubunun diğer iki gruptan farklı olarak yaşadığı en önemli sorun ise hesap şifresini unutmaları ya da hatırlayamamaları nedeniyle giriş yapma zorluğu yaşamaları yönündedir. Yaş aralığı arttıkça yaşanan sorunların çözümünde aile ve yakın çevreden yardım alma oranının yükseldiği, internetin bir araç olarak kullanılma oranının ise düştüğü saptanmıştır. Genç yaşlı bireylerin interneti bir bilgi kaynağı olarak kullanma konusundaki motivasyonlarının diğer iki gruba kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Çalışma kapsamında 65 yaş ve üzeri bireylerin sosyal medya uygulamalarından hangilerini daha sık kullandıklarına ilişkin sonuçlara da ulaşılmıştır. Buna göre katılımcıların en sık kullandığı sosyal medya uygulaması *Facebook*'tur. *Facebook*'un 85 yaş ve üzeri bireyler arasında daha popüler olduğu belirlenmiştir. Yaş aralığı arttıkça *Facebook* kullanım oranının da yükseldiği saptanmıştır. *Instagram* kullanımının 65-74 yaş grubu bireyler arasında popüler olduğu belirlenmiştir. Yaş aralığı arttıkça *Instagram* kullanımının düştüğü saptanmıştır. Katılımcılara daha çok hangi içerikli hesapları/sayfaları/grupları takip ettiklerine yönelik soru sorulmuştur. Yaş aralığı yükseldikçe sağlık içerikli hesapların takip edilme sıklığının artış gösterdiği belirlenmiştir. Bu durum yaşlanma süre-

cinin beraberinde getirdiği sağlık sorunlarına yönelik bilgi alma motivasyonunda yaşanan artışın bir sonucu olarak yorumlanmıştır. Sağlık içerikli hesapları, siyaset, ekonomi, hobi/boş zaman aktiviteleri, eğlence/mizah ve din içerikli hesaplar takip etmektedir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım davranışlarının yaş aralığına göre farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. 65-74 yaş grubu katılımcıların sosyal medya uygulamalarında en çok eğlence, sosyal etkileşim, gözetim ve enformasyona yönelik davranışlarda bulunduğu saptanmıştır. 75-84 ve 85+ yaş grubu katılımcıların ise sosyal medya uygulamalarında en çok sosyal etkileşim, eğlence ve gözetime yönelik davranışlarda bulunduğu tespit edilmiştir. Yaş aralığı arttıkça aile üyeleri ve mevcut arkadaşlar ile mesajlaşma oranının artış gösterdiği belirlenmiştir.

Araştırma sonuçları sosyal medya kullanım motivasyonlarının yaş aralığına göre bazı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. 65-74 yaş arası katılımcıların sosyal medya uygulamalarını sosyal etkileşim/iletişim kurmak, enformasyon/bilgi edinmek, zaman geçirme/oyalanma ve gözetime yönelik motivasyonlar ile kullandıkları belirlenmiştir. 75-84 yaş arası katılımcıların ise sosyal medya uygulamalarını en çok sosyal etkileşim/iletişim kurmak, enformasyon/bilgi edinmek, zaman geçirme/oyalanma, gözetim ve eğlenceye yönelik motivasyonlar ile kullandıkları tespit edilmiştir. Bu anlamda 65-74 ve 75-84 yaş grupları arasındaki farkın eğlenceye yönelik motivasyona ilişkin olduğu saptanmıştır. 85 yaş ve üzeri katılımcıların da sosyal medya uygulamalarını daha çok sosyal etkileşim/iletişim kurmak, zaman geçirme/oyalanma, enformasyon/bilgi edinmek, gözetim ve eğlenceye yönelik motivasyonlar ile kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Bununla birlikte zaman geçirme/oyalanma motivasyonunun 85 yaş ve üzeri katılımcılar için ön plana çıktığı ve bu noktada 65-74 ve 75-84 yaş gruplarından farklılaştığı belirlenmiştir.

## Kaynakça

- Abitağaoğlu, S., Köksal, C., Çiyiltepe, H., Bayram, T., Turan, G., Arı, D. E. (2019). "Factors Affecting Intensive Care Unit Admission and Mortality Rates of Geriatric Patients Who Undergo Emergency Abdominal Surgery". *Turkish Journal of Geriatrics*. 22(4). 391-399. doi: 10.31086/tjgeri.2020.117.
- Alemdar, K. ve Uzun, R. (2013). *Herkes İçin Gazetecilik*. Ankara: Tanyeri Kitap.
- Atabek, Ü. (2003). "Yeni İletişim Teknolojileri ve Yerel Medya İçin Olanaklar". S. Alankuş (der.) *Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya*. (55-84). İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Başer, A. (2010). "Yeni İletişim Teknolojilerinin Evriminde Televizyonun Yeri". F. Aydoğan ve A. Akyüz (der.) *İkinci Medya Çağında İnternet*. (36-60). İstanbul: Alfa Yayınları.
- Binark, M. (2007). "Yeni Medya Çalışmaları". M. Binark (der.) *Yeni Medya Çalışmaları*. (5-17). Ankara: Dipnot Yayınları.

- (2014). "Giriş". M. Binark (der.) *Yeni Medya Çalışmalarında Araştırma Yöntem ve Teknikleri*. (15-25). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Cho, C., Han, C., Sung, M., Lee, C., Kim, M., Ogawa, Y., Kohzuki, M. (2017). "Six-Month Lower Limb Aerobic Exercise Improves Physical Function in Young-Old, Old-Old, and Oldest-Old Adults". *J-Stage*. 242(4). 251-257.
- Cuddy, A. J. C. ve Fiske, S. T. (2002). "Doddering but Dear: Process, Content and Function in Stereotyping of Older Persons". T.D. Nelson (der.) *Ageism: Stereotyping and Prejudice Against Older Persons*. (3-26). Cambridge: The MIT Press.
- Çayır, K. (2018). "Ders Kitaplarında Yaşlılık Temsili". A. Duben (der.) *Yaşlanma ve Yaşlılık: Disiplinlerarası Bakış Açıları*. (79-97). İstanbul: İstanbul Bigi Üniversitesi Yayınları.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *Türkiye'de Yaşlıların Durumu ve Yaşlanma Ulusal Eylem Planı*. Ankara.
- Duben, A. (2018). "Türkiye ve Avrupa'da Nüfus Yaşlanması, Aile Piyasa ve Devlet". A. Duben (der.) *Yaşlanma ve Yaşlılık: Disiplinlerarası Bakış Açıları*. (67-78). İstanbul: İstanbul Bigi Üniversitesi Yayınları.
- Fuchs, C. (2016). *Sosyal Medya: Eleştirel Bir Giriş*. (D. Saraçoğlu ve İ. Kalaycı, çev.). Ankara: NotaBene Yayınları.
- Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji: Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Gündüz, U. (2013). "Toplumsal Hareketler, Sivil İtaatsizlik ve Sosyal Medya Yansımaları". A. Büyükaşan ve A. M. Kırık (der.) *Sosyal Medya Araştırmaları-1: Sosyalleşen Birey*. (133-154). Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Güngör, N. (2016). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Kalınkara, V., Tezel, H. E., Zorlu, T. (2016). "Gero(n)teknoloji: Yaşlı ve Teknoloji". V. Kalınkara (der.) *Yaşlılık: Disiplinlerarası Yaklaşım, Sorunlar, Çözümler-2*. (509-540). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kemp, S. (30 Ocak 2018). Digital in 2018: World's Internet Users Pass the 4 Billion Mark. <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>. 25.10.2018.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S. (2011). "Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media". *Business Horizons*. 54. 241-251.
- Koçak, N. G. (2012). *Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Davranışlarının ve Motivasyonlarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir'de Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Koo, Y. W., Kolves, K., Leo, D. D. (2017). "Suicide in Older Adults: Differences Between the Young-Old, Middle-Old, and Oldest Old". *International Psychogeriatrics*. 29(8). 1297-1306.

- Lee, S. B., Oh, J. H., Park, J. H., Choi, S. P., Wee, J. H. (2018). "Differences in Youngest-Old, Middle-Old, and Oldest-Old Patients Who Visit the Emergency Department". *Clinical and Experimental Emergency Medicine*. 5(4). 249-255. doi: <https://doi.org/10.15441/ceem.17.261>.
- Maigret, E. (2011). *Medya ve İletişim Sosyolojisi*. (H. Yücel, çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ofcom. (2018a). Adults' Media Use and Attitudes Report. <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research/adults/adults-media-use-and-attitudes>. 25.10.2018.
- (2018b). Adults' Media Use and Attitudes Report 2018-Chart Pack. [https://www.ofcom.org.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0012/113250/Adults-media-use-and-attitudes-report-2018-chart-pack.pdf](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0012/113250/Adults-media-use-and-attitudes-report-2018-chart-pack.pdf). 25.10.2018.
- Önkal, G. ve Gündüzlü, E. (2015). "Teknoloji Düşün(e)Mez: Sosyal Medyada İhtiyaçlar - Değerler Çatışmasının Felsefi Analizi". Ö. Oğuzhan (der.) *İletişimde Sosyal Medya, Sosyal Medyada Etkileşim*. (37-52). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Park, C. H. K., Lee, J. W., Lee, S. Y., Shim, S. H., Kim, S. G., Lee, J., Kim, M. H., Paik, J. W., Cho, S. J., Moon, J. J., Jeon, D. W., Kim, S., Park, J. H., You, S., Jeon, H. J., Ahn, Y. M. (2019). "Characteristics of the 'Young-Old' and 'Old-Old' Community-Dwellingsuicidal Ideators: A Longitudinal 6-Month Follow-up Study". *Comprehensive Psychiatry*. 89. 67-77.
- Poe, M. T. (2015). *İletişim Tarihi: Konuşmanın Evriminden İnternete Medya ve Toplum*. (U. Y. Kaya, çev.). İstanbul: Isık Yayınları.
- Quadagno, J. (2008). *Aging and the Life Course: An Introduction to Social Gerontology*. Boston: McGraw-Hill.
- Şekerci, Y. G. ve Biçer, E. K. (2019). "The Effect of Walking Exercise on Quality of Life and Sleep in Elderly Individuals: Randomized Controlled Study". *Turkish Journal of Geriatrics*. 22(4). 443-453. doi: 10.31086/tjgeri.2020.123.
- Tekedere, H. ve Arpacı, F. (2016). "Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet ve Sosyal Medyaya Yönelik Görüşleri". *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 20(188). 377-392.
- Tümerdem, Y. (2006). "Gerçek Yaş". *Turkish Journal of Geriatrics*. 9(3). 195-196.
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2018a). İstatistiklerle Yaşlılar, 2017. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27595>. 02.11.2018.
- (2018b). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1028](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028). 25.10.2018.
- (tarih yok-a). Hayat Tabloları, 2016-2018. [http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1100](http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1100). 02.11.2018.
- (tarih yok-b). Temel İstatistikler, Nüfus ve Demografi-Nüfus İstatistikleri. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>. 25.10.2018.
- (tarih yok-c). Temel İstatistikler, Nüfus ve Demografi-Nüfus Projeksiyonları. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>. 25.10.2018.
- (tarih yok-d). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları. <https://biruni>.

tuik.gov.tr/medas/?kn=95&locale=tr. 02.06.2019.

van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.

Yıldırım Becerikli, S. (2013). "Kuşaklararası İletişim Açısından Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: İleri Yaş Grubu Üzerine Bir Değerlendirme". *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 1(44). 19-31.

Yılmaz, V. (2018). "Sosyal Politika ve Yaşlanma". A. Duben (der.) *Yaşlanma ve Yaşlılık: Disiplinlerarası Bakış Açıları*. (173-189). İstanbul: İstanbul Bigi Üniversitesi Yayınları.