

# Yaşlılıkta Teknolojik Yeniliklerin Kabulünü Etkileyen Sosyalizasyon Süreci\*

**Doç. Dr. Yasemin ÖZKAN\*\***

**Yrd. Doç. Dr. Eda PURUTÇUOĞLU\*\***

## Öz

Günümüz toplumlarında teknolojiyle olan ilişkilerimizde yaş, belirleyici bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan çalışmalar teknolojik yeniliklerin yaşlıların bağımsızlıklarını ve refahlarını arttırdığını gösterse de gençlerle karşılaştırıldığında ürün, hizmet ya da düşünceyi içeren yenilikleri en son benimseyen grup olduklarını ortaya koymaktadır. Teknolojik yeniliklere uyum sağlama, bireysel bir karar olmakla birlikte hem bilişsel (farkındalık ve ilgi) hem de davranışsal (deneme ve kabullenme) aşamaları içerir. Bireyin sahip olduğu bilgi, beceri, tutum ve davranış eğilimlerini diğer insanlarla paylaşarak bireysel gelişimlerini sağladıkları sosyalizasyon sürecine ilişkin araştırmalarda, sosyalizasyon (toplumsallaştırma) ajanlarıyla etkileşim (aile üyeleri, kitle iletişim araçları, arkadaşlar, vs.) ve doğrudan ya da dolaylı olarak sosyalizasyonu etkileyen yapısal değişkenler (gelir, eğitim düzeyi, meslek, ürüne yönelik ihtiyaç, vs.) olmak üzere iki tip açıklayıcı değişken kullanılmaktadır. Bu çalışmada sosyalizasyon değişkenlerinin yaşlılıkta teknolojik yeniliklerin kabulüne etkisi teorik açıdan ele alınacak ve bu özel ilgi grubunun ihtiyaçlarının karşılanması ve teknolojik yeniliklerin kabulünün artırılması için öneriler getirilmeye çalışılacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Yaşlı, teknoloji, sosyalizasyon süreci.

## Abstract

**Socialization Process Effecting Technological Innovation Acceptance in old Ages**

In the today's society, the age becomes one of the important variables in our relationships with the technology. Although the current studies show that the technological innovation improves the independence and the prosperity of the elderly, it is found that they constitute the last group who assimilates the innovations in the products, services or the ideas compared to young adults. In the previous studies which are relevant to the duration of the socialization that achieves the personal development by sharing the personnel tendency of the knowledge, ability, attitude, and behavior with other people, it is seen that there are two types of explanatory variables named as the interaction with the socialization agents and structural variables, which affects the socialization directly or indirectly. In this study the influence of the socialization variables on the acceptance of the technological innovations during the old ages is investigated in a theoretical way and the several suggestions are proposed.

**Key Words:** Elder, technology, socialization process.

(\*) Bu çalışma 7-8 Mayıs 2009 tarihlerinde gerçekleştirilen V. Ulusal Yaşlılık Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

(\*\*) Ankara Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü.

## GİRİŞ

Yaşlılık, yaştan ilerlemesiyle bireyi etkileyen biyolojik, psikolojik ve sosyal süreçlerin bir bileşimi olarak tanımlanmaktadır (Giddens 2006). Genel olarak 60 yaş ve üstü bireyler yaşlı kabul edilmekle birlikte yaşlılık sınıflandırılması ülkelerin içinde bulunduğu koşullara, sağlık güvence sistemlerine, ve yaşam beklentisine göre değişiklik göstermektedir. Dünya Sağlık Örgütü'ne göre 45-65 yaşarası dönem orta yaş, 65-74 yaşarası dönem yaşlılık, 75-89 yaşarası dönem ihtiyarlık, 90 ve üstü yaşarası dönem ise ileri ihtiyarlık olarak sınıflandırılmaktadır. Ancak 65 ve üstü yaşında olan nüfus yaşlı sayılmakla birlikte; yaşlı nüfus oranı düşük olan ülkelerde bu sınır 60 yaş olarak kabul edilir (Derya 2008). Yaşlılık döneminde kişinin sosyal, ekonomik, psikolojik ve fiziksel ihtiyaçları daha önceki yıllara göre değişmekte ve artmaktadır. Gelirin düşmesi, sağlık sorunlarının ve ilaç masraflarının azalan gelire kıyasla artması, sosyal ilişkilerin bozulması gibi sorunlar yaşlılıkla birlikte önem kazanmaktadır (Marangoz 2006). Bu nedenle 1990'ların başından bu yana yaşlı tüketiciler pazarında iki önemli eğilim gözlenmektedir. Bunlardan ilki, giderek artan sayıda şirketin yaşlı pazarın önemini farkına varması ve bu pazarın ihtiyaçlarını karşılamak için artan sayıda ürünün geliştirilmesidir. İkinci önemli eğilim ise, pazarlamacılar arasında bu pazara ulaşmak için ürün ve mesaj tasarımlarına verilen önemin artmasıdır (Öztürk vd. 2006). Yaşlılık döneminde bağımsız olarak yaşamak ve günlük faaliyetlerini yerine getirmek isteyen yaşlılar, yaşamlarını zenginleştiren fayda sağlayan ve başkalarıyla iletişim kurmalarına olanak tanıyan yeni ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyarlar. Buna rağmen cep telefonları, VCD/DVD oynatıcıları, uydu televizyon, bilgisayar/dizüstü bilgisayar, alarm sistemleri, mikrodalga fırın, vb. modern teknolojik araçların hemen hepsi de günümüz yaşlıları için yaşamın bir parçası ha-

line gelen ortak bilinmezler olmuşlardır (Marangoz 2006/Zimmer and Chappell 1999).

Dünyada ve ülkemizde yaşlı nüfusunun artması ekonomik büyüme, tasarruf, yatırım ve tüketim üzerinde önemli etkiler yaratan küresel bir olgudur (Härkönen et.al. 2002). Ülkemizde 2007 yılı verilerine göre %7.8 olan yaşlı nüfus oranının 2015'te %11.4 olması beklenmektedir (Anonim 2007). Yaşlı nüfustaki bu artışla birlikte şirketler, yaşlı insanların ihtiyaçlarını ve bu pazarın firmanın çeşitli pazarlama faaliyetlerine nasıl yanıt verdiğini anlamaya çalışmaktadırlar. Buna karşın yaşlı bireyler, kendilerini teknolojik ürünleri kullanan potansiyel bir grup olarak görmemekte ve yeni teknolojileri genç bireylerle bağdaştırmaktadırlar (Marangoz 2006/Härkönen et.al. 2002). Yapılan çalışmalar her ne kadar teknolojik yeniliklerin yaşlıların refahlarını ve bağımsızlıklarını arttırdığını gösterse de gençlerle karşılaştırıldığında ürün, hizmet ya da düşünceyi içeren yenilikleri en son benimseyen grup olduklarını ortaya koymaktadır. Kerschner and Chelsvig (1981) teknolojik yeniliklerin kabulünde yaştan etkili olduğunu, yaş arttıkça teknolojiye yönelik olumsuz görüşlerin arttığını ve teknoloji kullanımının azaldığını saptamışlardır (Gilly and Zeithaml 1985). Yaşa bağlı farklılıklar ile birlikte cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi, yaşanılan yer, önceki deneyimler, ev sahibi olma ve ürüne yönelik ihtiyaçlar gibi faktörler de yaşlıların teknolojik yenilikleri kabullenmelerini (farkındalık, deneme ve benimseme/kabullenme) etkilemektedir (Zeithaml and Gilly 1987/Zimmer and Chappell 1999). Phillips and Sternthal (1977) yaptıkları çalışmada yeni ürünlerin karmaşık yapısı nedeniyle yaşlıların bu ürünleri kullanmada isteksiz davrandıklarını, Morrell and Echt (1997) ise kullanım kılavuzundaki eksik ifadeler nedeniyle yaşlıların bu araçlardan düşük düzeyde yararlandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca araştırma sonuçları yaşlıların yeniliklerden

daha az farkında olduklarını, farklı bilgi kaynaklarını daha az kullandıklarını, yeni teknolojiyi daha az kabullendiklerini ve genellikle de gençlere göre pazardan daha fazla tatmin olduklarını ortaya koymaktadır (Gilly and Zeithaml 1985). Diğer taraftan yaşlı tüketicilerin teknolojiye ilgi duyduklarını ve yeterli düzeyde bilgilendirildiklerinde teknolojiyi kullanmada başarılı olduklarını gösteren çalışma sonuçları da mevcuttur (Härkönen et.al. 2002/Mathur 1999).

Teknolojik yeniliklere uyum sağlama, bireysel bir karar olmakla birlikte hem bilişsel (farkındalık ve ilgi) hem de davranışsal (deneme ve kabullenme) aşamaları içerir. Rogers (1983) bu aşamaları beş basamaklı bir modelle açıklamaktadır. Bunlar;

- 1) Bilgilenme: Birey yeniliklerin farkına varır ve bunların fonksiyonlarını anlamaya çalışır.
- 2) İkna etme: Birey elde ettiği bilgiye bağlı olarak yeniliğe yönelik olumlu ya da olumsuz tutum geliştirir.
- 3) Karar alma: Birey yeniliğe uyum sağlama ya da yeniliği reddetme kararını etkileyen (deneme gibi) faaliyetlerle ilgilenir.
- 4) Uygulama: Birey yenilikleri değerlendirir.
- 5) Doğrulama: Birey yeniliği desteklemeye çalışır.

İnsanoğlunun toplumsal yaşama dahil olduğu sosyalizasyon sürecinde birey, sahip olduğu bilgi, beceri, tutum ve davranış eğilimlerini diğer insanlarla paylaşarak bireysel gelişimini sağlar ve kendi kültüründe kabul gören sosyal rol ve davranışları öğrenir (Görgün-Baran 2008/Mathur 1999/McGregor 1999). Bireyin sosyal çevresinden öğrendiği çeşitli eğilimlerle birlikte teknolojik yeniliklere yönelik tutumların gelişimi de sosyalizasyon sürecinden etkilenebilir. Bu çalışmada sosyalizasyon

süreci içerisinde sosyalizasyon ajanları ile (aile üyeleri, kitle iletişim araçları, arkadaşlar, vs.) doğrudan ya da dolaylı olarak sosyalizasyonu etkileyen yapısal değişkenlerin (eğitim ve gelir düzeyi, yaş, meslek, ürüne yönelik ihtiyaç, vs.) yaşlıların teknolojik yenilikleri benimsemesi üzerindeki etkisi teorik açıdan ele alınacak ve bu özel ilgi grubunun ihtiyaçlarının karşılanması ve teknolojik yeniliklerin daha fazla kabul edilmesi için öneriler getirilmeye çalışılacaktır.

### **Yaşlılık ve Teknoloji Kullanımı**

Teknolojik ürünler, günümüzde günlük yaşamın sürdürülmesinde vazgeçilmez unsurlar olarak görülmekle birlikte sosyal problemlerin çözümünde önemli rollere sahiptirler. Yaşlılara yönelik çekici ve yararlı ürünlerin tasarlanması ve teknolojik seçeneklerin daha etkin kullanımı, yaşlıların yaşam kalitesinin iyileştirilmesine ve sosyal uyumlarının kolaylaşmasına katkı sağlar. Örneğin; yaşlı bireyler için telefon kullanımı akraba ve arkadaşları ile düzenli sosyal ilişkiler kurması açısından önemlidir. (Öztürk 2006/ Gilligan et.al. 1998/Gilly and Zeithaml 1985). Ancak teknolojiyi kullanan yaşlılar için bir takım engeller de söz konusudur. *Yaşa bağlı engeller*: Görme kusuru, el becerisi ve hareketliliğine ilişkin sorunlar, anlama ve kavrama güçlüğü, algıda sınırlılık gibi. *Teknolojinin özellikleri*: Karmaşıklık, küçük yazılar, teknik terimler, bazı teknolojik yeniliklerin çalışmaması ya da kolay olmasına bağlı olan sıkıntılar gibi. *Tutum*: Teknolojinin tehlikeli, pahalı, karmaşık, şaşırtıcı, öğrenmesi güç olduğuna ilişkin algı. *Eğitim ve destek konuları*: Eğitim almaya ilişkin mali engeller ve eğitim olanaklarının yoksunluğu, öğrenme süresince yeterli desteği ve eğitimcileri sağlamaya yönelik kaliteli eğitim olanaklarının yoksunluğu gibi. *Maliyet*: Gelirin kısıtlı olması nedeniyle teknolojik ürünleri satın alamama, kullanamama ya da bu ürünlere ulaşamama gibi (Blaschke et.al. 2009). Buna kar-

şın yaşlılık ve teknoloji kullanımına ilişkin çalışmalarda yaygın olarak iki görüş kabul edilmiştir: Tüketimcilik görüşü ve dayanışmaya/yardımlaşmaya dayanan görüş. Tüketimcilik görüşünde yaşlı bireyler çok iyi anlaşılması gereken, kendine özgü satın alma davranışına sahip, hızlı büyüyen bir pazar olarak görülmektedir. Dayanışmaya/yardımlaşmaya dayanan görüş ise özellikle idari makamları etkilemesinden dolayı hizmet yapısına bağlı olarak son 20 yılda oldukça etkilidir.

Teknolojiye ilgi gösterme açısından 70 yaş dönüm noktası olan bir yaştır. 70 ve üzeri yaşındaki tüketiciler daha genç yaştakilere göre daha az ilgiye, daha düşük eğitim ve gelir düzeyine sahiptirler. Ancak bu dönemlerde mültimedya ve uygulamalarına yönelik bir ilgi vardır. Yapılan çalışmalar yaşlı kadınların erkeklerle karşılaştırıldığında teknolojiye daha az ilgi ve güven duyduklarını, daha düşük eğitim düzeyi ile finansal kaynaklara sahip olduklarını göstermiştir. Buna karşın yaşlı erkeklerin yeni teknoloji ile ilgili bilgi edinmede daha fazla desteğe ve imkana sahip oldukları saptanmıştır.

Yaşlıların yeni hizmetlerin avantajları hakkında bilgilendirilmeye ihtiyaçları vardır. Eğer yaşlılar ürünün değerini öğrenir ve yararlarını kabul ederse ödeyeceği ücret de nispi olarak düşecektir (Gilligan et.al. 1998). Yaşlı bireylerin teknolojiyle tanışmasının esas nedeni bunların satın alınabilir, kolay kullanılabilir ve anlamlı düzeyde yarar sağlayabilir olmasıdır (Adler 2002). Hazer ve Kılınc (2005) yaptıkları çalışmada yaşlıların teknolojik bir aracı hiç kullanmama nedenini çoğunlukla nasıl kullanacağını bilmeme ve kullanımının karmaşık ve zor olması şeklinde sıraladığını; satın aldıkları teknolojik bir aracı önce kullanıp daha sonra kullanmama nedenini ise kullanım ve bakım/temizlik zorluğu şeklinde yanıtladıklarını saptamışlardır. Diğer taraftan yaşlı bireyler yeni teknolojiye yöne-

lik belirli bir endişe duymakta buna karşın televizyon ve uzaktan kumanda gibi gerçek ihtiyaçlarına yanıt veren eşyaları nasıl kullanacaklarını bilmektedirler.

Genel olarak yaşlıların teknolojik yenilikleri kabulünü etkileyen beş temel sorundan söz edilebilir. Bunlar;

1. Ürün kullanımı: Yeni ürünlerin kullanımı fizyolojik beceri ile bağdaşmadığında yenilikler yaşlılar tarafından kabul edilmeyebilir.
2. Ürüne değer verilmemesi: Yaşlılar, ürün kendilerine açıkça bir yarar sağlıyorsa yeniliği kabul ederler. Yaş gruplarının ihtiyaçları birbirinden farklı olduğunda yeni ürüne verilen değer de farklıdır. Örneğin; zamandan tasarruf sağlayan bir yeniliğin zaman tasarrufuna önem vermeyen ve buna ihtiyaç duymayan yaşlı tarafından kabul edilmemesi gibi.
3. Öz imaj: Çalışmalar dikkate alındığında yaşlı pazarı bireysel imajlara göre bölümlere ayrılmıştır. Örneğin zeka yaşı biyolojik yaşından daha genç olan yaşlıların, bireysel imajları daha genç ve sağlıklıdır. Bu gruptakiler, genellikle yeni ürünleri denemeye daha istekli davranırlar ancak yaşlıların yaşam kalitesini iyileştirecek yeni ürünleri kullanmayı reddederler; çünkü onlara göre bu tür ürünler ileri yaştakiler içindir.
4. Kültürel değerler: Yaşlıların davranışı yaşamları boyunca şekillenen değerlerinin bir ürünüdür. Bu nesil çok çalışmaya, sadakate ve tasarrufa değer verir. Yeni ürünleri değerlendirirken eleştirel yaklaşır. Yaşlılar kendilerini markaya sadık olarak görmektedirler.
5. Farklı risk türleri: Yeni bir ürünün değerlendirilmesini etkileyen üç çeşit risk bulunmaktadır: Fiziksel risk, ekonomik risk ve işlevsel/fonksiyonel risk. Fiziksel risk, yaşama ya da yaşa-

mın bir bölümüne zarar veren ürünlere ilişkin kaygıyı ifade etmektedir ki bu risk türü yaşlının ilaçlarını ya da diğer sağlık ürünlerini kullandığında oluşur. Ekonomik risk ürünün önemli bir mali yatırım gerektirdiği anlaşıldığında bir kaygıya dönüşür. Yaşlının ürünün belirtilen şekilde çalışmayacağı endişesini taşıdığı durumda ise işlevsel/fonksiyonel riskten söz edilir (Härkönen et.al. 2002).

Yaşlılar teknolojinin öneminin farkında olup teknolojiyi ilerlemenin/gelişimin doğal bir sonucu olarak görmekte ve dolayısıyla da teknolojik yenilikleri kabullenmek zorunda olduklarını bilmektedirler.

### **Yaşlılıkta Teknolojik Yeniliklerin Kabulünü Etkileyen Sosyalleşme Süreci**

Mevcut araştırma sonuçları, yaşlıların yeni bir teknolojiyi ya da ürünü kabul eden en son grup olduklarını gösterse de yaşlının daha önce karşılanmamış ihtiyaçlarına cevap veriyorsa bu ürün ya da hizmeti satın almaktan kaçınmadıkları da gözlenmiştir. Örneğin; bazı yaşlılar bilgisayar kullanmayı öğrenmekte ve bu sayede “e-posta” ya da “internet” aracılığıyla sosyal çevreleriyle iletişim içinde olmayı tercih etmektedirler. Yaşla ilişkili farklılıklar teknolojik yeniliklerin benimsenmesinde psikolojik faktörlerden ziyade sosyal faktörlerden de etkilenbilir (Mathur 1999). Bireyin toplum ya da grubun daha fazla ya da daha az etkin bir üyesi olmasına olanak sağlayan sosyalleşme, davranış ve deneyimlerle ilgili bireyin sahip olduğu belirli sosyal modelleri/şekilleri diğer insanlarla paylaştığı bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu gelişim sürecinde birey, kendi kültüründe kabul gören sosyal rol ve davranışları öğrenir. Buna göre yaşlı birey de girdiği her sosyal ilişkide öğrenme düzeyine bağlı olarak bir sosyalleşme süreci yaşar (Görün-Baran 2008/Mathur 1999/McGregor 1999). Dolayısıyla yaşlıların sosyal çevreleriyle olan etki-

leşimleri teknolojik yenilikleri kabul etme düzeylerini etkiler. Özellikle teknolojideki hızlı değişimler, yaşlı bireylerin ailedeki genç yetişkinlerden bir şeyler öğrenme ihtiyacını geçmişe göre artırmıştır. Yaşlı açısından aileler özellikle yetişkin çocuklar/gençler, birincil destek ve bakım kaynağıdır. Aile kurumunun koruyucu, eğitici, psikolojik ve sosyal açılardan üyelerinin güvenliğini sağlayan hizmetler yürütmesi nedeniyle yaşlılar aile ortamında kendi yerlerini daha güvenli ve anlamlı bulurlar (Fadıloğlu ve Özer 2003). Yapılan çalışmalar yaşlıların büyük çoğunluğunun çocuklarının yakınında yaşamayı ve onlarla düzenli bir etkileşim/iletişim içinde olmayı tercih ettiklerini göstermektedir (Öztop ve Telsiz 2001/Horovitz 1997). Aile içindeki sosyal etkileşim modeli ve bakım gereksinimlerinin karşılanması teknolojik yeniliklere yönelik eğilimlerin kazanıldığı sosyalleşme sürecine katkı sağlayabilir. Yeniliklere uyum sağlama/kabullenmede sosyalleşme etkileyen iki temel açıklayıcı değişken kullanılmaktadır: Sosyalleşme ajanlarıyla etkileşim (aile üyeleri, arkadaşlar, kitle iletişim araçları, vs.) ve yapısal değişkenler (Mathur 1999).

### **Sosyalleşme Ajanlarının Etkisi**

Arkadaşlar, akrabalar, eş ve çocuklar yaşlıların bireysel kaynakları olarak görülmektedir ve en az kitle iletişim kaynakları kadar teknolojinin kabulünde bir “referans grup” olarak rol oynarlar. Ancak yaşa bağlı olan (eş, arkadaş, akraba kaybı, çocukların evden ayrılması) kayıplar bu süreci olumsuz etkilemektedir. Bilgi çağındaki değişim, ürün ve hizmetlere ilişkin daha fazla bilgi edinmeyi zorunlu kılmaktadır. Ancak Phillips and Sternthal (1977) yaşlıların bilgi edinme sürecinde yeni şeyler öğrenmede güçlük çekmelerinden dolayı yeni ürünleri kabul etmeye direnç gösterdiklerini ve sonucunda da kendilerini dışlanmış olarak hissettiklerini bulmuşlardır. Rogers (1983) ise ileri yaşlarda azalan sosyal iletişimin yaşlıların yeni teknolojiyi

fark etmelerini engellediğini ileri sürmüştür. Yaşlılar ürün ve hizmetleri satın almadan önce bunlar hakkında belirli tavsiyeler almak üzere aile üyelerine güvenirlir. Bu tavsiyeler ürün ya da hizmetler için bir kaynak/referans olabilir veya mevcut ürün ve hizmetlerin belirli özelliklerinin anlaşılmasına yardım edebilir. Dolayısıyla yaşlı bireylerin teknolojik yenilikleri kabulü ile aile üyelerinden aldıkları yardımların sayısı arasında pozitif bir ilişkinin olduğu tahmin edilmektedir. Diğer yandan kitle iletişim araçları ve bireysel bilgi kaynakları yalnızca yeni ürünlerin varlığı, özellikleri, kullanımı ve yararlarına ilişkin bilgi vermekle kalmaz aynı zamanda belirli ürün ve hizmet kategorilerinin ya da yaşamın belirli dönemlerine ait tüketim-rol modellerinin anlaşılmasını da sağlar. Böylece hem ticari tüketici bilgi kaynaklarının hem de aileye dayalı olmayan bireysel ilişkilerin yaşlılıkta yeni teknolojilerin kabulünü etkilediği düşünülür. Yapılan çalışmalar kitle iletişim araçları ile bireysel kaynaklar arasındaki etkileşimin sosyalizasyon sürecinde oluşmadığını göstermiştir. Örneğin; belirli konular üzerinde kitle iletişim kaynakları ile olan etkileşim/iletişim bireylerarası ilişkileri kuvvetlendirebilir (Mathur 1999).

### **Yapısal Değişkenler**

Yaşlı bireylerin teknolojik yenilikleri kabullenmesi üzerinde sosyalizasyon ajanlarının dolaylı ve direkt etkisinden söz edilebildiği gibi sosyo-ekonomik düzey ve yaş gibi yapısal değişkenlerin de önemli etkilerinin olduğu belirlenmiştir.

#### *Sosyo-ekonomik düzey*

Sosyo-ekonomik düzey yalnızca bireyin toplumdaki yerini belirtmez aynı zamanda kişinin sahip olduğu beceri, güç ve/veya kusurları da gösterir. Çalışmalar sosyal sınıf ile bellek yetisi arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Bellek yetisi ve finansal kaynaklar bireylerin teknolojik yeniliklere karşı önceden pozitif bir tutum

geliştirmelerine yardım eder ve kabullenme süreçlerini kolaylaştırır. Gelir ve eğitim düzeyi ile meslek durumu gibi demografik değişkenler sosyal sınıfın nesnel ölçütleri olarak kullanılmaktadır. Satın alma yeteneği, özellikle de pahalı olan herhangi bir teknolojik yeniliği kabullenmede önemli bir özellik iken gelir düzeyi de bu yenilikleri satın almada gerekli kaynağı oluşturmaktadır. Buna göre yüksek gelire sahip insanların düşük gelirliere göre yeni teknolojileri kabullenmeye daha fazla hazır oldukları düşünülür.

Sosyo-ekonomik düzeyin diğer bir belirleyicisi olan eğitim düzeyinin yaşlıların teknolojik yenilikleri kabullenmelerinde doğrudan bir etkisinin bulunmadığı belirlenmiştir. Yapılan çalışmalar eğitim düzeyi ile teknolojik ürünlerin kabulü arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, eğitim düzeyi yükseldikçe teknolojik yenilikleri kabullenmenin ve yararlarının anlaşılmasının arttığını göstermiştir (Hazer ve Kılınç 2005/Mathur 1999/Zeithaml and Gilly 1987). Diğer taraftan yaşlıların çoğunun emekli olması nedeni ile meslek durumunun teknolojik yeniliklerin kabulünde herhangi belirleyici bir düzeyi bulunmamaktadır.

Özet olarak; eğitim ve gelir düzeyinin yaşlıların teknolojik yenilikleri kabulünde pozitif bir etkisinin olduğu görülmektedir. Buna ek olarak sosyo-ekonomik düzeyin sosyalizasyon ajanları aracılığıyla “kabullenmeyi” dolaylı yoldan etkilediği düşünülmektedir. Araştırmalar, eğitim düzeyi yüksek yaşlıların bilgi edinmede kitle iletişim araçlarından yararlandıklarını, düşük sosyo-ekonomik düzeydeki yaşlıların ise bireysel kaynaklarını kullandıklarını göstermektedir (Mathur 1999). Gilly and Zeithaml (1985) da yaşlıların yeniliklere ilişkin bilgi kaynağı olarak arkadaş ve komşularından ziyade kitle iletişim araçlarına ve aile üyelerine daha fazla güvendiklerini belirtmişlerdir.

## Yaş

Hazer ve Kılınç (2005) yaptıkları çalışmada teknolojik bir ürünü satın alma kararını etkileyen faktörler ile yaş grupları arasında anlamlı bir ilişkinin olduğunu saptamışlardır. 65 ve üstü yaşındaki bireyler için teknolojik yeniliklere yönelik tutumların oluşmasında yaş önemli bir faktör olarak görülür. Yaşlanmaya bağlı fizyolojik ve psikolojik değişimler, yaşlıların yeni bilgileri öğrenmede güçlük çekmelerine, biyolojik ve psikolojik değişimler ise (örneğin; göz kusurları nedeniyle kullanım kılavuzunu okumakta zorlanma) belirli ürün ve hizmetlerin tüketimi için gerekli olan yeteneğin azalmasına neden olmaktadır. Buna ek olarak yaşa bağlı bilgi toplama (bellek) ve akılda tutma fonksiyonlarındaki azalma da teknolojik yeniliklere ilişkin karmaşık bilgileri kavrama ve bunlardan yararlanma yetilerini sınırlandırır. Yaşlılık döneminde birey psikolojik (dayanıklılığın kaybı gibi) ve sosyal (emeklilik, arkadaş ve akrabaların ölümü gibi) nedenlerden dolayı sınırlı çevrede yaşamak zorunda kalmakta ve bu durum sosyal izolasyona yol açmaktadır. Bu nedenle yaş faktörü ile bireylerarası bilgi kaynakları arasında negatif bir ilişkinin olduğu düşünülmektedir (Mathur 1999).

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan birçok araştırma demografik farklılıklar ya da bilgi süreci üzerine odaklanmışken bu çalışmada, yaşlı bireylerin yenilikleri kabullenme durumları üzerinde sosyalizasyon sürecinin etkisi ele alınmıştır. Sosyolojik bakış çerçevesinde yaşlıların teknolojik yenilikleri kabullenmesini etkileyen sosyalizasyon süreçleri olarak genç aile üyelerinden alınan yardım ile kitle iletişim kaynaklarıyla ve aile dışı kişisel bilgi kaynaklarıyla olan etkileşimin rolü incelenmiştir. Tüketici sosyalizasyonuna ilişkin çalışmalarda, sosyalizasyon çıktıları kavramsal ya

da davranışsal olabilir. Bununla birlikte yeniliklerin kabulü de hem kavramsal (farkındalık ve ilgi) hem de davranışsal (deneme ve kabullenme) aşamaları içerebilir. Bu nedenle günümüz toplumlarındaki hızlı değişimler, uygun davranış modellerinin yeniden öğrenilmesini ve değerlendirilmesini zorunlu kılmaktadır. Geleneksel yaklaşımda yaşlıların yeniliklere karşı direnç gösterdikleri düşünülür. Dolayısıyla bu grubun ihtiyaçlarını karşılayacak değişimlere nasıl direnç gösterdiklerine ya da değişimleri nasıl kabullendiklerine ilişkin çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca yaşlıların rahatlıkla öğrenip kullanabileceği teknolojik araçların geliştirilmesi bu araçların kabulünü arttıracaktır.

Diğer alanlarda olduğu gibi yaşlılık alanında çalışacak personelin ve sosyal çalışmacıların bu alanda teknolojiyi kullanabilmelerine ilişkin öneriler de üç temel başlıkta irdelenebilir.

### Uygulama:

Teknoloji ve sosyal hizmet uygulamasına ilişkin standartlar, uygulamacıların teknolojiyi en iyi şekilde kullanması gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu standartlar uygulamalar için bir model oluşturacağı gibi dört etik sorunu da vurgular. Bunlardan ilki, teknolojik yenilik ya da müdahalenin ne kadar gerekli olduğu sorusudur. İkincisi, yaşlıların yeniliklere sınırlı ulaşmadaki güçlüklerine ve bunları etkin bir şekilde kullanmaları için eğitimlerine nasıl çözüm bulunacağı sorusudur. Üçüncüsü, teknolojik ürünlerin yaşlıların özel hayatlarını tehdit etme durumudur. Son olarak da teknolojik ürünlere ilişkin bilgilendirmenin nasıl yapılması gerektiği sorusudur. Bu temel sorunlarla mücadele edebilmek için teknolojinin uzun dönemli bakım, sağlık bakımı ve aile sistemi ile ilişkili makro düzeydeki sosyal hizmet uygulamalarına dahil edilmesi gerekmektedir. İletişimi güçlendirmek, yaşlı bakımında çalışanla-

rın streslerini ve endişelerini azaltmak, yaşlıların kendi evlerinde ikamet etmelerini sağlamak için çalışanların teknolojik ürünlere kolaylıkla ulaşması desteklenmelidir.

### Eğitim

Yaşlılara verilecek hizmetlerde teknolojinin etkin kullanılabilmesi ancak sosyal hizmet öğrencileri ile yaşlı bakımında çalışacak personelin teknoloji ya da bilişim teknolojisi derslerini almasıyla mümkün olabilir. Eğitim olanaklarının devamlılığı da benzer şekilde mevcut yeniliklere ilişkin bilgi edinilmesine bağlıdır.

### Araştırma

Günümüzde yaşlılar için teknoloji, sosyal bir gereklilik ve ekonomik bir imkandır. Ancak teknoloji eğitiminin kime, hangi koşullarda ve ne kadar süre ile verilmesi gerektiğine ilişkin yeterli bilgi bulunmamaktadır. Bu nedenle gelecekteki çalışmaların gerek dizayn gerekse içerik açısından teknolojik ürünlerin yaşlıların, özellikle fiziksel ve zihinsel durumları dikkate alınarak tasarlanmasına ve basit düzeyde bilgilendirici eğitim programlarının hazırlanmasına odaklanması yararlı olacaktır. Gerontoloji alanında yapılacak araştırmalar bu sorunun çözülmesinde anahtar bir rol oynayacaktır.



## KAYNAKLAR

- Adler , R. "The age wave meets the technology wave: broadbands and older Americans". 2002. "Alınmıştır" (Härkönen, A., Mattila, M. and Munnukka, J. "Technology usage among ageing consumers", 2002. www.mit.jyu.fi/agora-center/inbct/InBCT42/ageing\_and\_technology.html. Erişim tarihi: 04.03.2009)
- Anonim. "BM Nüfus İstatistikleri", 2007. www.tumgazeteler.com. Erişim tarihi: 01.03.2009.
- Blaschke, C.M., Freddolino, P.P., and Mullen, E.E. "Ageing and Technology: A Review of the Research Literature", British Journal of Social Work, 39: 641-656, 2009.
- Derya, C. Yaşlılığın tanımı, 2008. www.yenidenhayat.org. Erişim tarihi: 05.03.2009.
- Fadıloğlu, Ç. ve Özer, S. Yaşlı bireylerin ailelerine yönelik değerlendirmeleri ve algıladıkları aile destek sistemlerinin incelenmesi. II. Ulusal Yaşlılık Kongresi, Denizli 2003.
- Giddens, Anthony. Sociology-5th Edition. Polity Press, Cambridge, UK 2006.
- Gilligan, R., Campbell, P., Dries, J. and Obermaier, N. "The Current Barriers for Older people in Accessing the Information Society-First Project Report". The European Institute for the Media, Dusseldorf and the Netherlands Platform Older People and Europe, Utrecht 1998. "Alınmıştır" (Härkönen, A., Mattila, M. and Munnukka, J. (2002). Technology usage among ageing consumers. www.mit.jyu.fi/agora-center/inbct/InBCT42/ageing\_and\_technology.html. Erişim tarihi: 04.03.2009)
- Gilly, M.C. and Zeithaml, V.A. "The elderly consumer and adoption of technology". Journal of Consumer Research, 12: 353-357, 1985.
- Görgün-Baran, A. "Yaşlılıkta sosyalizasyon ve yaşam kalitesi", Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi, 2: 86-97, 2008.
- Hazer, O. ve Kılınc, V.S. Yaşlıların günlük yaşamda teknolojiyi kullanma durumlarının incelenmesi. III. Ulusal Yaşlılık Kongresi, Okullar Yayınevi, İzmir 2005.
- Härkönen, A. Mattila, M. and Munnukka, J. "Technology usage among ageing consumers" 2002. www.mit.jyu.fi/agora-center/inbct/InBCT42/ageing\_and\_technology.html. Erişim tarihi: 04.03.2009.
- Horovitz, L. A. "Aging America is big business. Insight on the News, 13(45):38-39, 1997. "Alınmıştır" (Mathur, A. "Adoption of technological innovations by the elderly: A consumer socialization perspective", The Journal of Marketing Management, 9(3):21-35, 1999).
- Kerschner, P.A and Chelsvig, K.A. The aged user and technology, Conference on Communication Technology and the Elderly:Issues and Forecasts, Cleveland, OH 1981. "Alınmıştır" (Gilly, M.C. and Zeithaml, V.A. "The elderly consumer and adoption of technology", Journal of Consumer Research, 12: 353-357, 1985).
- Marangoz, M. "Yaşlı tüketiciler ve yaşlı tüketicilerin harcama eğilimlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma", Yönetim ve Ekonomi, 13(1): 79-96, 2006.
- Mathur, A. "Adoption of technological innovations by the elderly:a consumer socialization perspective", The Journal of Marketing Management, 9(3):21-35, 1999.
- McGregor, S. "Socializing consumers in a global marketplace", Journal of Consumer Studies and Home Economics, 23(1):37-46, 1999.
- Morrell, R.W. and Echt, K.V. Designing written instructions for older adults:learning to use computers. Handbook of Human Factors and the Older Adults, Academic Press, CA 1997. "Alınmıştır" (Mathur, A. "Adoption of technological innovations by the elderly:a consumer socialization perspective", The Journal of Marketing Management, 9(3):21-35, 1999).

Öztop, H. ve Telsiz, M. Yaşlı ana-babaların yetişkin çocuklarıyla ilişkileri ve bu konudaki beklentileri: kuşaklararası bir değerlendirme. I.Ulusal Yaşlılık Kongresi, Ankara 2001.

Öztürk, S.A., Özata, F.Z., Er, İ. ve Gündoğan, N.E. "Yaşlı tüketicileri anlamak", 2006. <http://zeynepozata.files.wordpress.com/2006/09/yasli-tuketicileri-anlamak.doc>. Erişim tarihi: 04.03.2009.

Phillips, L.W. and Sternthal, B. "Age differences in information processing: a perspective on the aged consumer", *Journal of Marketing Research*, 14 (November): 444-457, 1977.

Rogers, E.M. *Diffusion of Innovations*, The Free Press: New York 1983. "Alınmıştır" (Gilly, M.C. and Zeithaml, V.A. "The elderly consumer and adoption of technology". *Journal of Consumer Research*, 12: 353-357, 1985).

Zeithaml, V.A and Gilly, M.C. "Characteristics affecting the acceptance of retailing technologies: a comparison of elderly and non-elderly consumers", *Journal of Retailing*, 63:49-68, 1987.

Zimmer, Z. and Chappell, N.L. "Receptivity to new technology among older adults", *Disability and Rehabilitation*, 21(5/6):222-230, 1999).