

ORTA YAŞ VE YAŞLI BİREYLERİN İNTERNET VE SOSYAL MEDYAYA YÖNELİK GÖRÜŞLERİ

Hakan TEKEDERE* Fatma ARPACI**

ÖZ

Günlük yaşamda sağladığı kolaylıklar nedeni ile kullanımı giderek yaygınlaşan teknolojik araçların başında internet ve sosyal medya gelmektedir. Gençler arasında daha yaygın olmakla birlikte, yapılan istatistikler, internet ve sosyal medyayı kullanan yaşlı nüfusun giderek arttığını göstermektedir. Bu çalışmada, orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşleri incelenmiştir. Çalışmanın evrenini, Ankara’da yaşayan orta yaş ve yaşlı bireyler, örneklemini ise Ankara’da yaşayan orta yaş ve yaşlı 106 birey oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılan orta yaş ve yaşlı bireylerin %42,5’i 64 yaş ve altında, %59,4’ü erkek, %50,9’u bekar ve %41,5’i internet kullanmayı bilmektedir. İnterneti kullanmayı bilenlerin %70,5’i araştırma ve bilgi öğrenme, %15,9’u ise e-mail amaçlı internet kullanmakta ve günlük ortalama 98,82 dakika internet, 39,22 dakika sosyal medyayı kullanmaktadır. İnternet kullanmayı bilmeyenlerin %19,4’ü internet kullanmayı öğrenmek istediklerini belirtmiştir. Bireylerin, %27,4’ü sosyal medya kullanımını öğrenmeyi istemekte, %45,3’ü sosyal medyanın bir zaman kaybı olduğunu, %37,7’si ise gereksiz bir iş olduğunu düşünmektedir. Bireylerin %53,8’i arkadaşlarıyla iletişim, %51,9’u eğitim ve %57,5’i eski arkadaşlarıyla iletişim amacıyla interneti kullanmak istediğini belirtmiştir. Eğitim amaçlı interneti kullanmak isteyenler 65 yaş altı grupta %51,1 ve 65 yaş üstü grupta %24,6’dır. İnternette ilgisinin çektiği gruplara katılmak isteyenler 65 yaş altı grupta %40 ve

* Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO, Tıbbi Dokümantasyon ve Sek. Prog. tekedere@gazi.edu.tr

** Doç. Dr. Gazi Üniversitesi Sağlık Hizmetleri MYO, Yaşlı Bakımı Bölümü arpacif@gazi.edu.tr

65 yaş üstü grupta %21,3’tür. Beğendiği resim, video, yazı gibi şeyleri paylaşmak isteyenler 65 yaş altı bireylerde %66,7 iken 65 yaş üstü bireylerde %41’dir. İnternet ve sosyal medya ortamları, orta yaş ve yaşlı bireyler için eğlence, bilgi edinme, zaman geçirme, uğraş edinme gibi birçok fayda sağlayabilir. Bu bireylerin bu ortamları kullanmasını yaygınlaştıracak projelerin hayata geçirilmesi günlük yaşantılarına önemli katkılar sağlayabilir.

Anahtar Sözcükler: Orta yaş ve yaşlı birey, internet, sosyal medya.

THE VIEWS OF MIDDLE AGED AND ELDERLY INDIVIDUALS OVER THE INTERNET AND SOCIAL MEDIA

ABSTRACT

Due to the facilities they provide in daily life, the internet and social media come first among technological devices which are widely used. Even though it is more widespread among young people, statistics show that internet use has increased among the elderly. In the current study, the views of middle aged and elderly people over the internet and social media were investigated. The population of the study comprised of middle aged and elderly individuals and the sampling was comprised of 106 middle aged and elderly people living in Ankara.

Of the middle aged and elderly individuals participating in the study, 42.5% were at the age of 64 and below, 59.4% were men, 50.9% were single and 41.5% were able to use the internet. Among those being able to use the internet, 70.5% used the internet to make a research and learn, 15.9% used it with the purpose of mailing and they spent approximately 98.82 minutes on the internet and 39.22 minutes on social media. As for the ones not being able to use the internet, 19.4% expressed that they wanted to learn how to use it. On the other hand, 27.4% of the individuals wanted to learn how to use the social media, 45.3% thought social media is a loss of time and 37.7% believed that it is an idle work. Also, 53.8% of the individuals wanted to use the internet for purpose of communicating with friends, 51.9% for the purpose of education and 57.5% used it to chat with former friends. Those who would like to use the internet for the purpose of education were 51.1% in the age group below 65 and 24.6% in the age group over 65. The ones who would like to join a group they are interested in was 40% in the age group below 65 and 21.3% in the age group over 65. The individuals who would like to share the pictures, videos and writings they liked were 66.7% in the age

group below 65 and while it was 41% in the age group over 65. The internet and social media could give such great benefits for the middle aged and elderly people as entertainment, learning, spending time and taking up a profession or so. Realizing the projects that would make the usage of these media widespread could make significant support to their daily lives.

Key Words: Middle aged and elderly individual, the iInternet, social media

GİRİŞ

Yaş, bütün toplumlarda belirli davranışların ne zaman ortaya çıktığını anlamada önemli faktörlerden birisidir. Belirli biyolojik ve sosyal olaylar bir dönemden başka bir döneme geçişi kestirmeye yarayan temel kilometre taşlarıdır. Orta yaşın ne zaman başlayıp, ne zaman bittiği konusunda gelişim psikologları arasında tam bir fikir birliği yoktur (İlhan, 2015). İnsanların kişisel, toplumsal ve ekonomik yönden en üst düzeye eriştikleri 35 yaşlarından başlayarak birçok görevlerinden emekliye ayrıldıkları 65 yaşına kadar olan dönem, gelişimde “orta yıllar” olarak kabul edilebilir (Onur, 2006). Yaşlanma; kronolojik, biyolojik, fizyolojik, sosyal ve psikolojik boyutları olan, doğumdan başlayarak ölüme kadar süren ve kaçınılmaz olan bir büyüme ve gelişme sürecidir. Dünya Sağlık Örgütü’ne göre 45-64 yaş arası dönem orta yaş, 65-74 yaş arası dönem yaşlılık, 75-89 yaş arası dönem ihtiyarlık, 90 yaş ve üstü yaş ise ileri ihtiyarlık olarak sınıflandırılmaktadır (Arpacı, 2005).

Birey ve aile olarak tüm insanlar, devamlı değişen bir dünyada yaşamak ve bu dünyaya uyum sağlamak zorundadırlar. Yaşın ilerlemesi ile birlikte bireyler bağımsız olarak yaşama ve günlük faaliyetlerini yerine getirmede yaşamlarını zenginleştirecek, hayatlarının faydalı ve yaşanabilir olduğunu hissetmelerini sağlayacak ve başkalarıyla iletişim kurmalarına imkân verecek yeni ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyarlar. Her gün ülkemiz piyasasında, sanayi ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak birçok teknolojik ürün, birey ve ailelere sunulmaktadır (Hazer ve Kılınç, 2005). Günümüzde cep telefonları, VCD/DVD oynatıcıları, uydu televizyon, bilgisayar/dizüstü bilgisayar vb. modern teknolojik araçların hemen hepsi orta yaş ve yaşlı bireyler için yaşamın bir parçası haline gelen ortak bilinmezler olmuşlardır (Purutçuoğlu, 2009).

Teknolojik ürünler, günümüzde günlük yaşamın sürdürülmesinde vazgeçilmez unsurlar olarak görülmekle birlikte sosyal problemlerin çözümünde de önemli rollere sahiptirler. Orta yaş ve yaşlı bireylere yönelik çekici ve yararlı ürünlerin tasarlanması ve teknolojik seçeneklerin daha etkin kullanımı, bireylerin yaşam kalitesinin iyileştirilmesine ve sosyal uyumlarının kolaylaşmasına katkı sağlar. Örneğin yaşlı bireyler için telefon kullanımı akraba ve arkadaşları ile düzenli sosyal ilişkiler kurmaları açısından önemlidir (Özkan ve Purutçuoğlu, 2010).

İnsan yaşamına sağladığı kolaylıklar nedeni ile teknolojik ürünlerin kullanımı günlük yaşamda giderek yaygınlaşmakta, hatta zorunlu ve vazgeçilmez bir hale gelmektedir. Teknoloji, bilimsel yöntemleri kullanarak gerçek yaşam sorunlarının çözümlenmesinde bir köprü oluşturmakla birlikte, yeni teknoloji yeni belirsizlik, yeni karmaşıklık, yeni kaynak dağıtım modeli ve bilinmeyen yeni korkular anlamına gelmektedir. Ancak bu etki her insanda eşit olarak görülmemektedir (Hazer ve Kılınc, 2005). Bu etkiler internet ve sosyal medya kullanımında orta yaş ve yaşlı bireylerin farklı özelliklerine göre değişiklik göstermektedir. Yaşlı bireyler tarafından yeni teknolojilerin öğrenilmesi ve kullanılması onların toplumla bütünleşmesi için bir taleptir ve aktif yaşlanma ile ilgili bir faktördür (Gonzalez vd., 2012). Bilgiye erişim ve iletişim imkanları sunan, internet ve sosyal medya teknolojik araçlar kullanılarak elde edilen ürün ve hizmetlerin en önemlileri arasında yer almaktadır.

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” aracılığı ile sosyal çevreleriyle iletişim içinde olmayı tercih etmektedirler (Özkan ve Purutçuoğlu, 2010).

Sosyal medya, kullanıcılara enformasyon, düşünce, ilgi ve bilgi paylaşım imkânı tanıyarak karşılıklı etkileşim yaratan çevrimiçi araçlar ve web siteleri için ortak kullanılan bir terimdir (Sarı, 2015). Sosyal medya aracılığıyla bireyler belirli kurallar çerçevesinde diğer kişiler ile iletişim kurabilmekte, kendi iletişim listelerini oluşturabilmekte ve iletişimde olduğu birey ya da kurumlar tarafından yapılan paylaşımları izleyebilmektedir (Ellison vd., 2007). Ayrıca sosyal medya ile; bireyler çevrimiçi ortamlarda kendilerini ifade etme, iletişime geçme, gruplara katılma ve bu ortamlara fikir, yorum ve yayınlarıyla katkıda bulunma fırsatlarına kavuşmaktadır (Köksal ve Özdemir, 2013). Bu özellikleriyle bireylerin görüş ve düşüncelerini ifade etmesine imkan sağlayan internet ve sosyal medya, yayıncıdan okuyucuya tek taraflı bir yayın akışını sağlayan geleneksel medya anlayışını değiştirmiş ve popülerliği hızla artan bir konuma yükselmiştir.

Günümüzde orta yaş ve yaşlı bireyler için internet ve sosyal medya kullanımı giderek yaşamın bir parçası haline gelmektedir. Ülkemizde 55-64 yaş aralığındaki bireylerin internet kullanım oranı 2004 yılında %1,6 iken 2015 yılında %17,2’ye çıkmıştır. 65-74 yaş aralığındaki bireylerde ise 2004 yılında %0,4 iken, 2015 yılında %5,6’ya çıkmıştır (TÜİK, 2015).

TÜİK (2014)’e göre 65 yaş ve üstü bireylerin mutluluk kaynağı olan kişiler %71,4 tüm aile bireyleri, %14,7 çocuklar, %6,4 eş, %0,1 1 ana-baba,

%1,8 kendisi, %4,1 torunlar ve %1,5 diğer olduğu belirtilmektedir. Bu verilerden de anlaşılmaktadır ki yaşlı bireylerin neredeyse tamamı aile bireylerini mutluluk kaynağı olarak görmektedir. Bu nedenle ailesiyle görüşme imkanı bulamayan ya da çok az görüşebilen yaşlı bireylerin daha mutlu bir yaşam sürebilmesi açısından sosyal medya ortamları önemli bir rol oynayabilir.

Tüm bu açıklamalar ışığında görülmektedir ki, internet ve sosyal medya ortamları yaşlıların sınırlı olan uğraş alanlarını geliştirmeleri, sosyalleşebilmeleri, kendileri için mutluluk kaynağı olarak gördükleri diğer aile bireyleriyle görüşmeleri ve bunların sonucu olarak daha mutlu bir yaşlılık geçirmeleri ve hatta yaşam kalitelerini yükseltmeleri için güçlü bir potansiyele sahiptir. Her ne kadar bu ortamların yararlı olacağı söylene de gerçek anlamda yararlı olmasının asıl belirleyicisi yaşlıların bu ortamlara yönelik olumlu bir görüşe sahip olması ve bu ortamları benimsemesidir. Çünkü yaşlıların bu ortamlar hakkındaki görüşleri dikkate alınarak oluşturulacak programlar sayesinde beklenen yararlar sağlanabilir. Bu nedenle, bu çalışmada orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşleri incelenmiştir.

YÖNTEM

Orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşlerini incelemek amacı ile planlanan ve yürütülen araştırma, betimsel bir çalışma olup var olan durumu, var olduğu biçimde ve nesnel bir yaklaşım ile ortaya koyma üzerine temellenen tarama modelinde yürütülmüştür. Çalışmanın evrenini, Ankara’da yaşayan orta yaş ve yaşlı bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise Ankara’da yaşayan orta yaş ve yaşlı 106 bireyden oluşturmaktadır. Çalışma için gerekli verilerinin hızlı ve pratik toplanması açısından amaçlı örneklem yöntemlerinden kolay ulaşılabılır durum örnekleme kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Örneklem kapsamına Ankara’da bulunan huzurevlerinde yaşayan ve Türkiye Emekliler Derneği üyesi olan 106 orta yaş ve yaşlı birey alınmıştır.

Araştırmada kullanılan veri toplama aracı bireye ilişkin demografik özellikler ile internet ve sosyal medyaya yönelik görüşleri kapsayan 37 soruyu içeren anket formundan oluşmaktadır. Veri toplama aracı araştırmacılar tarafından konu ile ilgili literatür incelenerek oluşturulmuştur (Hazer ve Kılınç, 2005; Gonzalez vd., 2012; Sarı ve Çivril, 2013). Anket formunu doldurabilecek durumdaki bireylerin kendileri doldurmuş, bu konuda destek talep eden bireylerle ise yüz yüze görüşülerek anket formlarının doldurulması sağlanmıştır. Orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşleri incelenmiş ve ayrıca yaşlılık sınırı olan 65 yaşın altında ve üzerindeki yaş gruplarında bu görüşlerin farklılaşma durumu ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Verilerin analizinde frekans, ortalama, standart sapma ve kare analizlerinden yararlanılmıştır.

BULGULAR ve TARTIŞMA**Bireylere İlişkin Demografik Özellikler**

Araştırmaya katılan orta yaş ve yaşlı bireylerin yaş, cinsiyet ve medeni durum değişkenleri açısından demografik özelliklerine bakılmış ve buna ilişkin bulgular Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Yaş, Cinsiyet ve Medeni Durumu (n=106)

Yaş, Cinsiyet, Medeni Durum		Sayı	%
Yaş	64 Yaş Altı	45	42,5
	65 Yaş ve Üstü	61	57,5
Cinsiyet	Erkek	63	59,4
	Kadın	43	40,6
Medeni Durum	Evli	52	49,1
	Evli değil	54	50,9

Araştırmaya katılan orta yaş ve yaşlı bireylerin %42,5’i 64 yaşında ya da daha genç yaş grubunda, %57,5’i ise 65 yaşında ya da daha büyük yaş grubundadır. Bireylerin %59,4’ü erkek %40,6’sı kadındır ve bireylerin %49,1’i evli olup %50,9’u evli değildir.

Orta yaş ve yaşlı bireylere aile, akraba ve arkadaşları ile görüşüp görüşmedikleri sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Aile, Akraba ve Arkadaşları ile Görüşme Durumları

Aile, Akraba ve Arkadaşları ile Görüşme Durumu	Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%
Aile ile görüşme durumu	86	81,1	20	18,9
Akrabalar ile görüşme durumu	70	66,0	36	34,0
Arkadaşlar ile görüşme durumu	67	63,2	39	36,8

Araştırma kapsamına alınan orta yaş ve yaşlı bireylerin %81,1’i ailesiyle görüştüğünü, %18,9’u ise görüşmediğini ifade etmiştir. Aynı şekilde bireylerin akrabalarıyla görüşüp görüşmedikleri irdelenmiş ve elde edilen bulgulara göre bireylerin %66,0’sı akrabaları ile görüştüğünü %34,0’ü ise görüşmediğini ifade etmiştir. Bireylerin arkadaşlarıyla görüşüp görüşmediğine ilişkin olarak ise, %63,2’si görüştüğünü %36,8’i ise görüşmediğini ifade etmiştir.

Aile, akraba ve arkadaşları ile görüşen orta yaş ve yaşlı bireylerin bu görüşmeleri yaparken kullandıkları yöntem sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. Aile, Akraba ve Arkadaşları ile Görüşen Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Görüşme Yöntemleri

Görüşme Yöntemi	Sayı	%
Aileleriyle görüşenler	Sadece yüz yüze	47 54,7
	Sadece telefonla	9 10,5
	Hem yüz yüze hem telefonla	30 34,8
	Toplam	86 100
Akrabaları ile görüşenler	Yüz yüze	23 32,9
	Telefonla	20 28,6
	Hem yüz yüze hem telefonla	27 38,6
	Toplam	70 100
Arkadaşları ile görüşenler	Yüz yüze	39 58,2
	Telefonla	6 9,0
	Hem yüz yüze hem telefonla	22 32,8
	Toplam	67 100

Aileleriyle görüşen toplam 86 bireyin %54,7'si sadece yüz yüze, %10,5'i sadece telefonla ve %34,8'i hem yüz yüze hem de telefonla aileleriyle görüştüğünü ifade etmiştir. Akrabaları ile görüşen 70 bireyin ise %32,9'u sadece yüz yüze, %28,6'sı sadece telefonla ve %38,6'sı hem yüz yüze hem de telefonla akrabalarıyla görüştüğünü ifade etmiştir. Bunun yanı sıra arkadaşlarıyla görüşen 67 bireyin görüşme yöntemleri incelendiğinde %58,2'si sadece yüz yüze, %9'u sadece telefonla ve %32,8'i hem yüz yüze hem de telefonla arkadaşlarıyla görüştüğünü ifade etmiştir.

Orta yaş ve yaşlı bireylere internet kullanmayı bilip bilmedikleri sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet Kullanmayı Bilme Durumları

İnternet Kullanmayı Bilme Durumu	Sayı	%
Evet, Biliyorum	44	41,5
Hayır, Bilmiyorum	62	58,5
Toplam	106	100,0

Orta yaş ve yaşlı bireylerin %41,5'i internet kullanmayı biliyorken, %58,5'i bilmemektedir.

Sarı ve Çivril (2013) yaşlı bireylerin bilgi teknolojilerinden yararlanabilmelerinin, onların kendileri açısından önemini vurgulayarak, bilgisayar kullanabilmelerinin zor olmadığını ve bilgisayar yardımı ile açılan pencerenin yaşlı bireylere daha da geniş bir dünya sunacağını ifade etmişlerdir. Ayrıca uzaktaki oğlu ile sohbet etmesi, fotoğraflarını göndermesi, fotoğraflarına bakması vb. uygulamalar yolu ile yaşlı bireylerin sürekli öğrendiklerini kullanarak yinelemelerinin öğrendiklerini unutmaya hassasiyetlerinin azaldığına dikkat çekmişlerdir

İnternet kullanmayı bilen orta yaş ve yaşlı bireylere en çok hangi amaçla internet kullandıkları sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5: İnterneti Kullanım Amaçları

İnterneti Kullanım Amacı	Sayı	%
Araştırma ve Bilgi Öğrenme	31	70,5
E-Mail	7	15,9
Gündemi Takip Etmek İçin	4	9,1
Eğlence	2	4,5
Toplam	44	100,0

Tabloya göre interneti kullanmayı bilenlerin %70,5’i araştırma ve bilgi öğrenme, %15,9’u e-mail, %9,1’i gündemi takip etmek ve %4,5’i eğlence amaçlı internet kullandıklarını ifade etmişlerdir.

Araştırmaya katılan bireylerden internet kullanımını bilmeyenlere internet kullanmayı öğrenmek isteyip istemedikleri sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet Kullanmayı Öğrenme İstekleri

İnternet Kullanmayı Öğrenme İsteği	Sayı	%
Evet, İstiyorum	12	19,4
Hayır, İstemiyorum	50	80,6
Toplam	62	100,0

Tablo’ya göre internet kullanmayı bilmeyen bireylerin %19,4’ü internet kullanmayı öğrenmek istediklerini, %80,6’sı ise internet kullanmayı öğrenmek istemediklerini belirtmiştir.

Araştırmaya katılan bireylere internet aracılığıyla aileleriyle görüşmek isteyip istemedikleri sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet Aracılığıyla Aileleriyle Görüşme Tercihleri

İnternet Aracılığıyla Aileleriyle Görüşme Tercihi	Sayı	%
Evet, İstiyorum	45	42,5
Hayır, İstemiyorum	61	57,5
Toplam	106	100,0

Tabloya göre İnternet aracılığıyla ailesiyle görüşmek isteyen orta yaş ve yaşlı bireylerin oranı %42,5 olup istemeyenlerin oranı ise %57,5'tir. Araştırmaya katılan orta yaş ve yaşlı bireylere sosyal medya denilince akıllarına ilk gelen kavramın ne olduğu sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kavramına Yönelik Algıları

Sosyal Medya Kavramına Yönelik Algı	Sayı	%
Paylaşım	17	16,0
İletişim	42	39,5
Eğlence	3	2,8
Fikrim Yok	44	41,5
Toplam	106	100,0

Tabloya göre orta yaş ve yaşlı bireylerin %39,5'i iletişim, %16,0'sı paylaşım ve %2,8'i eğlence cevabı vermiş, ayrıca %41,5'i bu konuda fikirlerinin olmadığını belirtmiştir.

Araştırmaya katılan bireylere hangi sosyal medya sitesi üyeliklerinin bulunduğu sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 9. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Sitesi Üyelik Durumları

Sosyal Medya Üyelik Durumu	Sayı	%
Facebook	19	17,9
Twitter	2	1,9
Yok	75	70,8
Diğer	10	9,4
Toplam	106	100,0

Hangi sosyal medya sitesi üyeliklerinin bulunduğu sorulan orta yaş ve yaşlı bireylerin %17,9'u facebook, %1,9'u twitter ve %9,4'ü diğer sosyal medya ortamlarını kullandıklarını belirtmiştir. Hiçbir sosyal medya sitesi üyeliği bulunmayan bireyler ise %70,8'dir.

Araştırmaya katılan orta yaş ve yaşlı bireylere sosyal medya ortamlarında nelerin yapılabildiğini bilip bilmedikleri sorulmuş ve buna ilişkin bulgular Tablo 10’da verilmiştir.

Tablo 10. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Ortamlarında Nelerin Yapılabildiğini Bilme Durumları

Sosyal Medya Ortamlarında Nelerin Yapılabildiğini Bilme Durumu	Sayı	%
Evet	37	34,9
Hayır	69	65,1
Toplam	106	100,0

Orta yaş ve yaşlı bireylerin %34,9’u sosyal medya ortamlarında nelerin yapılabildiğini biliyorken %65,1’i bilmediğini ifade etmiştir.

Hazer ve Kılınç (2005) yaşlıların daha genç insanlara göre teknolojiyi daha az kullandığını, teknolojik araçlar hakkında bilgilerinin daha az olduğunu ve araçların kullanımının kendilerine zor geldiğini bulmuşlardır. Ancak eğitim düzeyi ile kullanım süresi arttıkça teknolojiyi kullanma oranlarının arttığı da belirlenmiştir.

Orta yaş ve yaşlı bireylerin iletişim imkanları Tablo 11’de verilmiştir.

Tablo 11. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İletişim İmkanları

İletişim İmkânı		Sayı	%
İnternete bağlanma imkanım var	Evet	52	49,1
	Hayır	54	50,9
	Toplam	106	100,0
Cep telefonum var	Evet	72	67,9
	Hayır	34	32,1
	Toplam	106	100,0

İnternete bağlanma imkanları açısından değerlendirildiğinde orta yaş ve yaşlı bireylerin %49,1’i internete bağlanma imkanına sahipken %50,9’u internet erişimine sahip değildir.

Orta yaş ve yaşlı bireylerin %67,9’unun cep telefonu bulunmakta, %32,1’inin cep telefonu bulunmamaktadır.

Hazer ve Kılınç (2005) teknolojik araçlara sahip olan bireyleri yaş gruplarına göre incelediklerinde 45-54 yaş grubunda olanların %53,1’inin cep telefonu sahibi olduğunu, bireylerin %97,9’unun cep telefonunu satın aldığından beri sürekli kullandıklarını saptamışlardır.

İnternet, sosyal medya ve cep telefonu kullanan bireylerin günlük ortalama kullanım süreleri dakika (dk) birimi cinsinden Tablo 12’de verilmiştir.

Tablo 12. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet, Sosyal Medya ve Cep Telefonu Kullanım Süreleri

İnternet, Sosyal Medya ve Cep Telefonu Kullanım Süresi	Ortalama (X)	Sd
İnternet ortalama kullanım süresi (dk)	98,82	70,13
Sosyal medya ortalama kullanım süresi(dk)	39,22	44,86
Cep telefonu ortalama kullanım süresi(dk)	46,24	50,89

İnterneti kullanan orta yaş ve yaşlı bireylerin internette geçirdikleri günlük ortalama kullanım süresi $X=98,82$ dakikadır, sosyal medyada geçirilen günlük ortalama kullanım süresi $X=39,22$ dakikadır. Ayrıca, cep telefonu olan bireyler günde ortalama $X=46,24$ dakika cep telefonu görüşmesi yapmaktadır.

Orta yaş ve yaşlı bireylerin sosyal medyaya ilişkin görüşleri Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin Sosyal Medyaya İlişkin Görüşleri

Sosyal Medyaya İlişkin Görüşler	Sayı	%	
Sosyal medyayı kullanmayı öğrenmek isterim	Evett	29	27,4
	Hayır	69	65,1
	Biliyorum	8	7,5
	Toplam	106	100,0
Sosyal medya kullanımının bir zaman kaybı olduğunu düşünüyorum	Evett	48	45,3
	Hayır	58	54,7
	Toplam	106	100,0
Sosyal medya kullanımının gereksiz bir iş olduğunu düşünüyorum	Evett	40	37,7
	Hayır	66	62,3
	Toplam	106	100,0

Buna göre, sosyal medyayı kullanmayı öğrenmek isteyen orta yaş ve yaşlı bireylerin oranı %27,4 istemeyenlerin oranı ise %65,1 dir. %7,5’i ise zaten bildiklerini ifade etmiştir. Bireylerin %45,3’ü sosyal medya kullanımının bir zaman kaybı olduğunu düşünmektedir. %54,7 lik bir kısmı ise böyle düşünmemektedir. Bireylerin %37,7’si sosyal medya kullanımının gereksiz bir iş olduğunu düşünürken, %62,3’ü böyle düşünmemektedir.

Cornejo vd. (2013) sosyal medya kullanımının yaşlıların aileleri ile iletişimlerini yüz yüze ve telefonla olduğu gibi artırdığını ve tamamladığını tespit etmişlerdir.

Tablo 14. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet Ortamına Yönelik Tercihleri

İnternet Ortamına Yönelik Tercihler		Evet	Hayır
Yeni insanlarla tanışmak ve yeni arkadaşlıklar kurmak isterim	Sayı	39	67
	%	36,8	63,2
Mevcut arkadaşlarımla iletişim kurmak isterim	Sayı	57	49
	%	53,8	46,2
İlgilendiğim insanlar hakkında bilgi edinmek isterim	Sayı	46	60
	%	43,4	56,6
Eski arkadaşlarımı aramak ve tekrar iletişime geçmek isterim	Sayı	61	45
	%	57,5	42,5
Oyun oynamak isterim	Sayı	16	90
	%	15,1	84,9
Eğitim amaçlı kullanmak isterim	Sayı	55	51
	%	51,9	48,1
İlgimi çeken gruplara katılmak isterim	Sayı	31	75
	%	29,2	70,8
Beğendiğim nesnelere (video, resim, yazı vb.) paylaşmak isterim	Sayı	38	68
	%	35,8	64,2
Farklı milletlerden veya kültürlerden insanlarla tanışmak isterim	Sayı	41	65
	%	38,7	61,3

Orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ortamındaki tercihlerini belirleyebilmek için internet ortamında neler yapmak istediklerine yönelik birtakım sorular sorulmuştur. Bu sorulara verilen cevaplar öncelikle tüm araştırma grubu bir bütün olarak ele alınıp irdelenmiş (Tablo 14), daha sonra bireylerin yaş gruplarına göre bir farklılık olup olmadığını tespit etmek için ki-kare analizi yapılmıştır (Tablo 15). Tüm katılımcı grup bir bütün olarak düşünüldüğünde elde edilen bulgulara göre; bireylerin yarıdan fazlasının olumlu cevap verdiği maddeler, “mevcut arkadaşlarımla iletişim kurmak isterim” (%53,8), “eğitim amaçlı kullanmak isterim” (%51,9), “eski arkadaşlarımı aramak ve tekrar iletişime geçmek isterim” (%57,5) olmak üzere 3 maddede olduğu görülmüştür. Bu 3 maddenin dışında kalan 6 maddeye ise bireylerin yarıdan fazlası olumsuz cevap vermiştir. Bu maddeleri verilen cevaplara göre en olumludan en olumsuz doğru sıralayacak olursak; “İlgilendiğim insanlar hakkında bilgi edinmek isterim” (%43,4), “farklı milletlerden veya kültürlerden insanlarla tanışmak isterim” (%38,7), “yeni insanlarla tanışmak ve yeni arkadaşlıklar kurmak isterim” (%36,8), “beğendiğim nesnelere (video, resim, yazı vb.) paylaşmak isterim” (%35,8), “ilgimi çeken gruplara katılmak isterim” (%29,2) ve en olumsuz cevap verilen madde olarak “oyun oynamak isterim” (%15,1) şeklinde sıralandığı görülmektedir.

Tablo 15. Orta Yaş ve Yaşlı Bireylerin İnternet Ortamındaki Bazı Tercihlerinin Yaş Gruplarına Göre Ki-Kare Analizi

İnternet Ortamındaki Bazı Tercihler		Yaş		p	X ²
		64 altı	65 ve üstü		
Eğitim amaçlı kullanmak isterim	Evet	n 23	15	0,009	6,842
		% 51,1	24,6		
	Hayır	n 22	46		
		% 48,9%	75,4		
İlgimi çeken gruplara katılmak isterim	Evet	n 18	13	0,037	4,371
		% 40,0	21,3		
	Hayır	n 27	48		
		% 60,0	78,7		
Beğendiğim nesnelere (video, resim, yazı vb.) paylaşmak isterim	Evet	n 30	25	0,005	7,920
		% 66,7	41,0		
	Hayır	n 15	36		
		% 33,3	59,0		

65 yaş altı ve üstü gruplarda internet ortamında sosyal medya kullanımıyla ilgili tercihlerin farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için yapılan ki-kare testi sonucunda tabloda gösterilen 3 maddede yaş gruplarına göre bir farklılık olduğu gözlemlenmiştir. Buna göre eğitim amaçlı interneti kullanmak isteyenlerin oranı 65 yaş altı grupta %51,1 ise 65 yaş üstü grupta bu oran %24,6 seviyesindedir ($X^2=6,842$, $p<0,05$). İnternette ilgisinin çektiği gruplara katılmak isteyen 65 yaş altı grupta %40'lık bir kesim varken, 65 yaş üstü gruba çıkıldığında bu oran %21,3'e düşmektedir ($X^2=4,371$, $p<0,05$). Beğendiği resim video yazı gibi şeyleri paylaşmak isteyenler 65 yaş altı bireylerde %66,7 iken 65 yaş üstü bireylerde %41,0'da kalmıştır ($X^2=7,920$, $p<0,05$).

Gonzalez vd. (2012) yaşlı bireylerin bilgi ve iletişim teknolojileri eğitimi almalarının onların öğrenme ve zihinlerini aktif tutmak için farklı aktivitelere katıldıklarını ve eğitimin sosyal katılım ve yaşam boyu eğitim anlamına geldiğini düşündüklerini saptamışlardır.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Orta yaş ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medyaya yönelik görüşlerini incelemek amacı ile planlanan ve yürütülen araştırma sonuçlarına göre; araştırma kapsamına alınan bireylerin yarıya yakını orta yaş grubu, kadın ve evli bireyler olup; yarıdan biraz fazlası ise yaşlı bireylerdir. Bireyler aile, akraba ve arkadaşları ile görüşmektedirler ve daha çok yüz yüze görüşmektedirler. Orta yaş ve yaşlı bireylerin yaklaşık olarak yarısı internet kullanmayı bilmektedir. İnterneti kullanmayı bilenlerin daha çok araştırma ve bilgi öğrenme ile e-mail gönderme için interneti kullandıkları, bunu gündemi takip etme ve eğlence amaçlı internet kullanmanın izlediği ortaya çıkmıştır.

Orta yaş ve yaşlı bireylerin sosyal medya kavramına yönelik algıları iletişim, paylaşım ve eğlence olarak belirlenmiştir. Sosyal medya üyeliği olan ve sosyal medya ortamlarında nelerin yapılabildiğini bilen bireylerin oranı düşüktür. İnternete bağlanma imkânları açısından değerlendirildiğinde orta yaş ve yaşlı bireylerin yaklaşık olarak yarısının internete bağlanma imkânına sahip olduğu, ancak internette geçirdikleri günlük ortalama kullanım süresinin yüksek olduğu görülmektedir.

Hem sosyal medya kullanımını öğrenmek isteyen, hem de sosyal medya kullanımının bir zaman kaybı olduğunu düşünen orta yaş ve yaşlı bireyler çok fazla değildir. Bununla birlikte, bireyler sosyal medya kullanımının gereksiz bir iş olduğunu da düşünmemektedir.

Orta yaş ve yaşlı bireylerin yarıdan fazlasının internet ortamlarında mevcut ve eski arkadaşları ile iletişim kurmak ve bu ortamları eğitim amaçlı kullanmak istediği tespit edilmiştir. Ayrıca internet ortamında sosyal medya kullanımıyla ilgili tercihlerden eğitim amaçlı interneti kullanmak isteyenler, internette ilgisinin çektiği gruplara katılmak isteyenler ve beğendiği resim video yazı gibi şeyleri paylaşmak isteyenler 64 yaş altı grupta daha çok olup, 65 yaş üstü grubun bu faaliyetleri daha az tercih ettiği anlaşılmaktadır.

Orta yaş ve yaşlı bireyler için sosyal medya eğitimlerinin yaygınlaştırılması, kurumsal ve toplumsal bir görev olarak düşünülmelidir. Eğitimlerden elde edilen geri bildirimler orta yaş ve yaşlı bireylerin sosyal medya alanlarında daha fazla yer alabilmelerini, çevresi ile iletişimlerini artırmalarını ve bilgiyi paylaşma sürecini hızlandıracaktır. Orta yaş ve yaşlı bireyler çocukların büyümesi ve evden ayrılmaya başlaması, boşanma, eşin ölümü, emeklilik vb. nedenlerle yalnızlaşabilmekte dolayısı ile aile üyeleri, akraba ve arkadaşları ile iletişime daha çok gereksinim duymaktadır. Bu bağlamda internet ve sosyal medya kullanımı orta yaş ve yaşlı bireylerin yalnızlık sorununu yaşamaması için büyük önem taşımaktadır. Ayrıca internette sunulan elektronik ticaret imkanlarını kullanarak yapabilecekleri satın alma işlemleri de yaşamlarına kolaylık getirebilir.

Sosyal medya platformlarının çoğu için gençler hedef kitle iken, bu platformların orta yaş ve yaşlı bireylerin kullanımına uygun tasarlanması ve kullanımının kolay olması gerekmektedir (Chou et al., 2013). Bu kapsamda, bu ortamların yaşlılar arasında kullanımının artırılmasına yönelik çalışmaların yapılması, sosyal sorumluluk kapsamında projelerin üretilmesi orta yaşlı ve yaşlı bireylerin internet ve sosyal medya kullanımını teşvik edebilir. Ayrıca daha çok genç nüfusun kullandığı internet ve sosyal medya platformlarının orta yaş ve yaşlı bireylerin de kolaylıkla kullanabileceği şekilde tasarlanması, bu bireyler arasında internet ve sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasını sağlayabilir.

İnternet ve sosyal medya kullanımı konusunda eğitim almak isteyen bireylere yönelik eğitim programları geliştirilerek uygulamaya konulmalıdır. Orta yaş ve yaşlı bireylerin bu ortamlardan yararlanabilmesi için, bireylere verilecek olan facebook, twitter ve youtube gibi sosyal medya kullanımı eğitimi uygulamaya yönelik verilmelidir. (Sarı, 2015). Uygulamaya yönelik olarak verilecek bu eğitimler belirli bir program dâhilinde, kısa süreli, tekrar edilebilen özellikli bir program çerçevesinde yürütülmelidir. Uzun süren, temel eğitimi esas alan bilgisayar öğretimi, yaşlı bireylerde kalıcı bir öğrenme gerçekleştirilememektedir. Orta yaş ve yaşlı bireyler için bilgisayar eğitim merkezlerinde uygulanan öğretim programları, temel bilgisayar eğitimlerinden oluşmakta ve bu eğitimler orta yaş ve yaşlı bireylerin bilgi teknolojilerinden yararlanmalarını tam olarak gerçekleştirilememektedir. Bilginin kalıcı olabilmesini sağlamak için uygulama esaslı, amaca uygun eğitimler orta yaş ve yaşlı bireyler üzerinde daha kalıcı olabilmektedir. Orta yaş ve yaşlı bireyler için sosyal medya okuryazarlığı eğitiminde temel olarak uzun süreli eğitim süreci yerine kısa süreli eğitim, temel bilgilerin öğretilmesi yerine kullanabilecekleri eğitim, unutmama süreci yaşlı bireylerde dikkate alınarak tekrar edilen bir eğitim süreci dikkate alınmalıdır. Bu kapsamda orta yaş ve yaşlı bireyler için bilgisayar öğretimi ders içeriği bilgisayarı açıp kapatma, internete giriş ve Google kullanımı, Youtube üzerinden ilgilerini çeken videoları bulabilmeleri, izleyebilmeleri ve facebook üzerinden paylaşabilmeleri şeklinde olabilir (Sarı ve Çivril, 2013; Sarı, 2015). Bu eğitimlerinin yaygınlaştırılması, kurumsal ve toplumsal bir görev olarak düşünülmelidir. Eğitimlerden elde edilen geri bildirimler orta yaş ve yaşlı bireylerin sosyal medya alanlarında daha fazla yer alabilmelerini, çevresi ile iletişimlerini artırmalarını ve bilgiyi paylaşma sürecini hızlandıracaktır.

İnternet ve sosyal medya ortamlarını kullanmak isteyen bireylerin bu ortamları kullanması için gerekli imkanlar sunulmalıdır. Bu amaçla internet aboneliği ve bilgisayar sahipliğinde pozitif ayrımcılık ve bazı mali kolaylıklar sağlanabilir.

Sosyal olarak izole olmuş, kendilerine bir uğraş bulmada çok fazla seçeneği olmayan orta yaşlı ve yaşlı bireyler için alternatif bir uğraş olarak karşımıza çıkan internet ve sosyal medya ortamları, bu bireylerin hem sosyalleşmelerinde, hem de daha eğlenceli ve belki de daha kaliteli bir günlük yaşam sürmelerinde önemli roller üstlenebilir. Mutluluk kaynağı olarak gördükleri tüm aile bireyleriyle ve diğer sevdikleriyle daha sık görüşme ve hasret giderme imkanı sunan internet ve sosyal medya ortamları sözkonusu bireylerin daha mutlu bir yaşam sürmelerine de önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- ARPACI, F. (2005). Farklı Boyutlarıyla Yaşlılık, *Türkiye İşçi Emekliler Derneği Eğitimi*. Ankara: Kültür Yayınları.
- CHOU, W.H., LAI, Y.T., LIU, K.H. (2013). “User Requirements of Social Media For He Elderly: A Case Study in Taiwan”. *Behaviour & Information*. S: 32(9). <http://dx.doi.org/10.1080/0144929X.2012.681068>
- CORNEJO, R., TENTORI, M., FAVELA, J. (2013). “Enriching in-Person Encounters Through Social Media: A Study on Family Connectedness For The Elderly”, *Int. J. Human-Computer Studies*. S: 71.
- ELLISON, N. B., STEINFELD, C., LAMPE, C. (2007). “The Benefits Of Facebook ‘Friends:’ Social Capital And College Students’ Use Of Online Social Network Sites”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, S: 12.
- GONZALEZ, A., RAMIREZ, M.P., VIADEL, V. (2012). “Attitudes of The Elderly Toward Information and Communication Technologies”, *Educational Gerontology*, S: 38.
- HAZER, O., KILINÇ, S.Ö. (2005). “Yaşlıların Günlük Yaşamda Teknolojiyi Kullanma Durumlarının İncelenmesi”, III. Ulusal Yaşlılık Kongresi. İzmir.
- İLHAN, T. (2015). Orta yetişkinlik döneminde psikososyal ve bilişsel gelişim, yetişkinlik ve yaşlılık gelişimi ve psikolojisi. 3. Baskı, (Ed. Hasan Bacanlı ve Şerife Işık Terzi), İstanbul:Açılım Kitap.
- KÖKSAL Y., ÖZDEMİR, Ş. (2013). “Bir İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya’nın Tutundurma Karması İçerisindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, S: 18(1).
- ONUR, B. (2006). *Gelişim Psikolojisi-Yetişkinlik, Yaşlılık, Ölüm*. 7. Basım. Ankara: İmge.
- ÖZKAN, Y., PURUTÇUOĞLU, E. (2010). “Yaşlılıkta Teknolojik Yeniliklerin Kabulünü Etkileyen Sosyalizasyon Süreci”, *Aile ve Toplum*, S. 6(23).
- PURUTÇUOĞLU, E. (2009). “Yaşlılıkta Teknolojik Yeniliklerin Kabulünü Etkileyen Sosyalizasyon Süreci”, V. Ulusal Yaşlılık Kongresi, Sivas.
- SARI, İ., ÇİVRİL, Ö. (2013). “Yaşlıların Bilgi Teknolojisinden Yararlanmalarına Yönelik Bilgisayar Eğitimi Modeli”, VII. Ulusal Yaşlılık Kongresi, Karabük.
- SARI, İ. (2015). “Yaşlı Bireylerde Sosyal Medya Kullanımı”. 8. Ulusal Yaşlılık Kongresi, Denizli.
- TUİK. (2015). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028 adresinden 10.10.2015 tarihinde alınmıştır.
- TUİK. (2014). İstatistiklerle Yaşlılar, Türkiye İstatistik Kurumu Matbaası, Ankara. http://www.tuik.gov.tr/Kitap.do?metod=KitapDetay&KT_ID=11&KITAP_ID=265 adresinden 10.10.2015 tarihinde alınmıştır.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2013) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (9. Basım), Ankara: Seçkin Yayıncılık.