



**YAŞLI BİREYLERİN SOSYAL MEDYA  
KULLANIMI, YAŞAM DOYUMU, YALNIZLIK VE  
ALGILANAN SOSYAL DESTEK DÜZEYLERİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**2022  
YÜKSEK LİSANS TEZİ  
SOSYAL HİZMET**

**Ebrar AYDOĞAN**

**Tez Danışmanı  
Prof. Dr. Gülay GÜNAY**

**YAŞLI BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI, YAŞAM DOYUMU,  
YALNIZLIK VE ALGILANAN SOSYAL DESTEK DÜZEYLERİ  
ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ**

**Ebrar AYDOĞAN**

**Prof. Dr. Gülay GÜNAY**

**T.C.**

**Karabük Üniversitesi**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü**

**Sosyal Hizmet Anabilim Dalında**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Olarak Hazırlanmıştır**

**KARABÜK**

**Nisan 2022**

## İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER .....	1
TEZ ONAY SAYFASI.....	5
DOĞRULUK BEYANI .....	6
ÖNSÖZ .....	7
ÖZ.....	8
ABSTRACT.....	9
ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ.....	10
ARCHIVE RECORD INFORMATION .....	11
KISALTMALAR .....	12
ARAŞTIRMANIN KONUSU .....	13
ARAŞTIRMANIN AMACI ÖNEMİ .....	14
ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	15
ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM .....	19
EVREN VE ÖRNEKLEM .....	22
KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER .....	23
1. BÖLÜM .....	24
1.1.Yaşlılık Kavramı .....	24
1.2.Yaşlanma Kavramı .....	25
1.3. Yaşlılık Döneminin Boyutları.....	26
1.3.1.Kronolojik Olarak Yaşlılık.....	26

1.3.2. Biyolojik Olarak Yaşlılık .....	27
1.3.3. Psikolojik Olarak Yaşlılık.....	27
1.3.4. Sosyolojik Olarak Yaşlılık .....	28
1.4. Dünya’da ve Türkiye’de Yaşlıların Demografik Özellikleri.....	28
1.5. Yaşlılık Döneminin Özellikleri.....	30
1.5.1. Yaşlılık Döneminin Fiziksel Özellikleri .....	30
1.5.2. Yaşlılık Döneminin Psikolojik Özellikleri .....	30
1.5.3. Yaşlılık Dönemi Sosyal Özellikleri.....	31
1.6. Yaşlılık Dönemi Sorunları.....	31
1.6.1. Yalnızlık ve Sosyal İzolasyon.....	32
1.6.2. Ekonomik Sorunlar .....	32
1.6.3. Sağlık Sorunları.....	33
1.6.4. Beslenme Sorunları .....	33
1.6.5. Fiziksel ve Ruhsal Sorunlar .....	34
1.6.6. Sosyal Sorunlar .....	34
1.7. Yaşlılık Kuramları .....	35
1.7.1. Biyolojik Yaşlanma Kuramları.....	35
1.7.2. Psikolojik Yaşlanma Kuramları .....	36
1.7.3. Toplumsal Yaşlanma Kuramları .....	37
1.8. Yaşlılıkta Yaşam Doyumu.....	38
1.9. Yaşlılıkta Sosyal Destek Sistemleri ve Önemi .....	39
1.10. Yaşlılıkta Yalnızlık.....	39
1.10.1. Yaşlılıkta Yalnızlığın Nedenleri .....	40
1.10.1.1. Yaşlılıkta Yalnızlığa Neden Olan Bireysel Faktörler .....	40
1.10.1.2. Fiziksel Sağlık Faktörleri .....	41
1.10.1.3. Psikolojik, Psikiyatrik Ve Bilişsel Faktörler .....	42
1.10.1.4. Sosyal ve Kültürel Faktörler.....	43

1.10.1.5. Yaşlılıkta Yalnızlığa Neden Olan Yaşam Olayları ve Durumları....	45
1.10.2.Yaşlılıkta Yalnızlığın Belirtileri .....	45
1.11.Yaşlılıkta Yalnızlığın Boyutları .....	46
1.11.1.Yaşlılıkta Yalnızlığın Yaşam Üzerine Etkileri.....	47
<b>2. BÖLÜM .....</b>	<b>49</b>
2.1. Sosyal Medya Kavramı.....	49
2.2. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İstatistikler .....	51
2.2.1. Sosyal Medyanın Dünya’da Kullanımı.....	51
2.2.2. Sosyal Medyanın Türkiye’de Kullanımı .....	53
2.3. Sosyal Medya Kullanımının Avantaj ve Dezavantajları .....	55
2.4. Sosyal Medya Araçları.....	57
2.4.1. Bloglar .....	58
2.4.2. Mikrobloglar .....	59
2.4.3. Wikiler .....	59
2.4.4. Sosyal İşaretleme .....	59
2.4.5. Sosyal Ağ Siteleri .....	60
2.4.6. Sosyal Paylaşım Siteleri .....	62
2.4.7. Sanal Dünyalar .....	62
2.5. Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Önemi.....	63
2.5.1.Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Algılanan Sosyal Desteğe Etkisi.....	63
2.5.2.Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Yaşam Doyumuna Etkisi .....	63
2.5.3. Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık Üzerine Etkisi.....	65
<b>3. BÖLÜM .....</b>	<b>67</b>
3.1. Araştırmanın Bulguları .....	67
3.1.1. Demografik Özelliklerin Dağılımları.....	67

3.2.1. Sosyal Medya Kullanımının Yaşam Doyumu, Yalnızlık ve Sosyal Destek İlişkisi.....	104
4. TARTIŞMA.....	115
SONUÇ .....	122
KAYNAKÇA.....	126
TABLolar LİSTESİ .....	148
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	151
EKLER .....	152
Ek 1- Demografik Bilgiler .....	152
Ek 2- Sosyal İletişim Bilgileri .....	153
Ek 3- Yalnızlık Ölçeği (YİYÖ).....	155
Ek 4-Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ).....	156
Ek 5-Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ÇBASDÖ).....	157
Ek 6- Ölçek İzinleri .....	159
Ek 7- Etik Kurul İzni .....	160
ÖZGEÇMİŞ .....	161

## TEZ ONAY SAYFASI

Ebrar AYDOĞAN tarafından hazırlanan “YAŞLI BİREYLERİN SOSYAL MEDYA KULLANIMI, YAŞAM DOYUMU, YALNIZLIK VE ALGILANAN SOSYAL DESTEK DÜZEYLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ” başlıklı bu tezin Yüksek Lisans Tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Gülay GÜNAY

.....

Tez Danışmanı, Sosyal Hizmet Anabilim Dalı

Bu çalışma, jürimiz tarafından Oy Birliği/Oy Çokluğu Seçiniz ile Sosyal Hizmet Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. Savunma sınavı tarihi

**Ünvanı, Adı SOYADI (Kurumu)**

**İmzası**

Başkan : Prof. Dr. Ayfer AYDINER BOYLU ( HÜ)

.....

Üye : Prof. Dr. Gülay GÜNAY (KBÜ)

.....

Üye : Doç. Dr. Mehmet KIRLIOĞLU ( KBÜ)

.....

KBÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulu, bu tez ile, Yüksek Lisans Tezi derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Hasan SOLMAZ

.....

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü

## **DOĞRULUK BEYANI**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum bu çalışmayı bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı herhangi bir yola tevessül etmeden yazdığımı, araştırmamı yaparken hangi tür alıntıların intihal kusuru sayılacağını bildiğimi, intihal kusuru sayılabilecek herhangi bir bölüme araştırmamda yer vermediğimi, yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bu eserlere metin içerisinde uygun şekilde atıf yapıldığını beyan ederim.

Enstitü tarafından belli bir zamana bağlı olmaksızın, tezimle ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak ahlaki ve hukuki tüm sonuçlara katlanmayı kabul ederim.

**Adı Soyadı : Ebrar AYDOĞAN**

**İmza :**



## ÖNSÖZ

Yüksek Lisans tez çalışmamın yürütülmesinde vaktini, desteğini, bilgisini ve güler yüzünü benden esirgemeyen, başarısıyla, duruşuyla örnek aldığım değerli danışman hocam Prof. Dr. Gülay GÜNEY'a,

Tez savunmam da jüri üyeliği yapan ve değerli yorumlarıyla tezime katkı sağlayan Prof. Dr. Ayfer AYDINER BOYLU'na,

Merhametiyle daima sarmalayan, kendisinden çok bizleri düşünen, başladığımız işi bitirmemiz için destek veren kalbimin can özü annem Ayşe AYDOĞAN'a, ulu bir çınar altı gibi tavsiyeleriyle, deneyimleriyle destek veren, duruşuyla örnek aldığım evimizin reisi biricik babam Selim AYDOĞAN'a,

Bana ikinci anne olan, neşemi hüznümü heyecanımı paylaşıp dertleştirdiğim, yol gösterenim güzel gülüşlü can ablam Nuriye GÜNEŞ'e, esprili konuşmalarıyla, taklitleriyle, heyecanlı heyecanlı meramını anlatışlarıyla hayatıma neşe veren çiçek kardeşim Zeynep Berru AYDOĞAN'a, anne yarısı olmayı tattıran, büyümesine an ve an şahit olduğum, mutluluk kaynağı minnoş yeğenim Ayşe Sare GÜNEŞ'e ve abi eksikliğini yaşatmayıp abilik yapan her daim destek olan motive eden enişterinin en kralı Yunus Emre GÜNEŞ'e,

Çalışmamda bana desteklerini, motivasyonlarını esirgemeyen dostlarım, Eda BULUŞ ve Ayşen ALIŞ'a teşekkür ederim.

## ÖZ

Bu çalışmanın temel amacı yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımı, yaşam doyumları, yalnızlık ve algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Çalışma, 406 katılımcı ile Balıkesir il merkezinde yürütülmüştür. Bu doğrultuda yaşlıların sosyodemografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, akrabalarla, arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklığı) ile kullanmış oldukları sosyal medya araçları, sosyal medya günlük kullanım süreleri, sosyal medyayı ne kadar süredir kullandıkları, sosyal medya kullanım memnuniyet düzeyleri, sosyal medya kullanım amaçları ile anlamlı bir ilişkilerinin olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca sosyal medya kullanımı, yaşam doyumunu, yalnızlık ve algılanan sosyal destek düzeylerinin arasındaki ilişki incelenmiştir.

Araştırmada yaşlı bireylerin, sosyal medya kullanım memnuniyeti ile yalnızlık düzeyleri arasında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyayı kullanmaktan memnun olan kişiler daha az yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medyayı kullanım süresi ile yalnızlık düzeyi arasında pozitif ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyayı uzun süredir ve sık kullanan yaşlı bireyler yalnızlık duygusunu daha fazla yaşamaktadır. Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri, sosyal medya kullanım süreleri, günlük sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medya kullanma amaçlarına göre anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. Yaşlı bireylerin yaşam doyumları ile sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki bulunmuştur. Sosyal medyayı kullanmaktan memnun olan bireylerin yaşam doyum düzeylerinde yüksek olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Yaşlılık; Sosyal Medya; Yalnızlık; Yaşam Doyumu; Algılanan Sosyal Destek

## **ABSTRACT**

The main purpose of this study is to examine the relationship between social media use, life satisfaction, loneliness and perceived social support levels of elderly individuals. The study was carried out in Balıkesir city center with 406 participants. In this direction, the sociodemographic characteristics of the elderly (age, gender, educational status, frequency of meeting with relatives, friends and children) and the social media tools they use, the daily use of social media, how long they use social media, their satisfaction levels of social media use, social media usage It was examined whether there was a significant relationship with the objectives. In addition, the relationship between social media use, life satisfaction, loneliness and perceived social support levels were examined.

In the study, it was concluded that there is a negative relationship between the satisfaction of using social media and loneliness levels of elderly individuals. People who are satisfied with using social media feel less lonely. It has been concluded that there is a positive relationship between the frequency of social media use and the duration of social media use and the level of loneliness. Elderly individuals who use social media for a long time and frequently experience the feeling of loneliness more. The level of social support perceived by the elderly; It has been determined that there is no significant difference in terms of satisfaction levels related to social media use, duration of social media use, frequency of daily social media use and social media use purposes. A significant and positive relationship was found between the life satisfaction of the elderly and their satisfaction with the use of social media. It is seen that individuals who are satisfied with using social media have a high level of life satisfaction.

**Keywords:** Elderly; Social Media; Loneliness; Life Satisfaction; Perceived Social Support

## ARŞİV KAYIT BİLGİLERİ

<b>Tezin Adı</b>	Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı, Yaşam Doyumu, Yalnızlık ve Algılanan Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi
<b>Tezin Yazarı</b>	Ebrar AYDOĞAN
<b>Tezin Danışmanı</b>	Prof. Dr. Gülay GÜNAY
<b>Tezin Derecesi</b>	Yüksek Lisans Tezi
<b>Tezin Tarihi</b>	23/05/2022
<b>Tezin Alanı</b>	Sosyal Hizmet
<b>Tezin Yeri</b>	KBÜ/LEE
<b>Tezin Sayfa Sayısı</b>	161
<b>Anahtar Kelimeler</b>	Yaşlılık; Sosyal Medya; Yalnızlık; Yaşam Doyumu; Algılanan Sosyal Destek

## ARCHIVE RECORD INFORMATION

<b>Name of the Thesis</b>	Investigation of the Relationship Between Social Media Use, Life Satisfaction, Loneliness and Perceived Social Support Levels of Elderly Individuals
<b>Author of the Thesis</b>	Ebrar AYDOĞAN
<b>Advisor of the Thesis</b>	Prof. Dr. Gülay GÜNAY
<b>Status of the Thesis</b>	Master Thesis
<b>Date of the Thesis</b>	23/05/2022
<b>Field of the Thesis</b>	Social Work
<b>Place of the Thesis</b>	KBU/LEE
<b>Total Page Number</b>	161
<b>Keywords</b>	Elderly; Social Media; Loneliness; Life Satisfaction; Perceived Social Support

## **KISALTMALAR**

- COVID-19** : Yeni Koronavirüs Hastalığı  
**ÇBAsDÖ** : Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği  
**DSÖ** : Dünya Sağlık Örgütü  
**TÜİK** : Türkiye İstatistik Kurumu  
**WHO** : World Health Organization  
**YDÖ** : Yaşam Doyum Ölçeği  
**YİYÖ** : Yaşlılar İçin Yalnızlık Ölçeği

## ARAŞTIRMANIN KONUSU

İnsanoğlu varolduğu günden bu yana kendisini ifade etme, etkileşimde bulunma amacıyla iletişim araçları kullanmaktadır. İnsanlığın en eski tarihinden bu zamana kadar birçok iletişim aracı meydana gelmiştir. İnsanoğlu bu iletişim araçları vasıtasıyla birbirleriyle etkileşim halinde bulunmuşlardır (Yalçın, Şengül, 2007, s. 750). 21. Yüzyılda da insanoğlu iletişim aracı olarak sosyal ve dijital medyayı kullanmaktadır. Sosyal ve dijital medya hızlı bir şekilde gelişmekte ve insanların günlük yaşamlarında vazgeçilmez bir öneme sahip olmaktadır.

Sosyal medya yeni arkadaşlıklar edinme, zaman geçirme, görüşlerini paylaşma, yakınlarından haberdar olma, eğlence, oyun oynama, kamu hizmetlerinden yararlanma vb. amaçlar için kullanılmaktadır (Zeybek, 2012, s.287). Bu durum bireylere yeni ve erişim imkanının çok kolay olduğu sosyal bir alan açmıştır. Günümüzde insanlar dostları, akrabaları ve çocukları ile sohbet etmek, görüşlerini paylaşmak, zaman geçirmek ya da çeşitli gruplara üye olabilmek gibi çoğu ihtiyaçlarını gün içerisinde istedikleri zaman ve mekânda sosyal medyaya bağlanarak karşılayabilmektedirler.

Bu durum, ülkemizde 2020 yılında oranı %9,5 olan ve oranları 2080 yılında % 25,6'a çıkması beklenen yaşlı nüfus içinde geçerlidir (TÜİK, 2021). Koronavirüs sürecinde riskli durumda bulunan, evden çıkmakta zorlanan ve yaşlılığın getirdiği sağlık problemleri sebebiyle mekân olarak eve bağlı olan yaşlılar için de kendilerini ifade edebilmeleri, sosyal çevreleriyle iletişimi devam ettirebilmeleri açısından birçok imkân sunmaktadır. Ayrıca sosyal medya, yaşlı bireylere yüz yüze bir araya gelmekte sıkıntı yaşadığı akrabaları, arkadaşları ve çocukları ile iletişim kurma, haber kaynaklarına ulaşma, kamu hizmetlerinden yararlanma, bilgi edinme ve gündelik hayatın içinde kalabilme gibi avantajlar sağlamıştır. Sosyal medyanın sağladığı bu avantajlar yaşlı bireylerin arkadaş, çocuk ve akrabalar ile görüşerek dertleşmesi, kendilerini yalnız hissetmemesi, sosyal destek almaları, yaşamdan daha fazla doyum almalarını sağladığı düşüncesinden hareketle; bu çalışmada, Covid-19 etkisiyle kullanımı daha da artmış olan sosyal medyanın yaşlı bireyler üzerindeki yalnızlık, yaşam doyumunu ve algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkisi açıklanmaktadır.

## ARAŞTIRMANIN AMACI ÖNEMİ

Sosyal medya gün geçtikçe hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir. Sosyal medya kullanımı tüm yaş grupları arasında önemli ölçüde artmıştır. 60 ve daha yukarı yaş grubu sosyal medya ile en son tanışan yaş grubudur (González vd., 2012, s. 586). Buna rağmen sosyal medyada aktif olarak en çok yer alan yaş gruplarından. Yaşlı nüfusun sosyal medya kullanımındaki artış ile beraber bu konuda araştırma çalışmalara olan ihtiyaç da artmaktadır. Sosyal medya kullanımı ile ilgili birçok araştırma yapılmıştır fakat yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımları ile ilgili araştırmaların sayısı oldukça sınırlıdır.

Daha önce yapılan araştırmalar; yaşlı bireylerin yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyleri vb. demografik değişkenlerin; yaşlıların yaşam doyumu, yalnızlık ve algılanan sosyal destek düzeyleri ile ilişkili olduğunu ortaya koymuştur (Liu ve Guo, 2008; Dong vd., 2009; Kapıkıran, 2016; Akandere, 2007; Altay ve Aydın Avcı, 2009; Şahin ve Özçetin, 2020).

Yapılan çalışmalar göz önüne alındığında; yaşlı bireylerin yaşam doyumu, yalnızlık ve algılanan sosyal destek birbirleri ile ilişkili kavramlardır. Bu açıdan yola çıkıldığında sosyal medya kullanımının da yaşam doyumu, yalnızlık ve sosyal destek kavramları ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple bu çalışmada, yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımları ile yaşam doyumu, algılanan sosyal destek ve yalnızlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımı ile yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, akraba, arkadaş ve çocuklarla görüşme sıklıkları gibi sosyodemografik verilere göre farklılaşp farklılaşmadığı saptanmaya çalışılmıştır.

Bu temel amaç kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- Sosyal medyayı kullanan yaşlıların; sosyal medya kullanımları sosyodemografik değişkenlere (yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, akraba, arkadaş ve çocuklarla görüşme sıklığı) göre farklılaşmakta mıdır?
- Yaşlı bireylerin yaşam doyumu, yalnızlık ve algılanan sosyal destek düzeyleri ve sosyal medya kullanımları arasında ilişki var mıdır?

Yapılan literatür taraması sonucunda yaşlı bireylerin yalnızlık, algılanan sosyal destek ve yaşam doyumu düzeyleri arasındaki ilişkinin bir arada ele alındığı çalışmalara



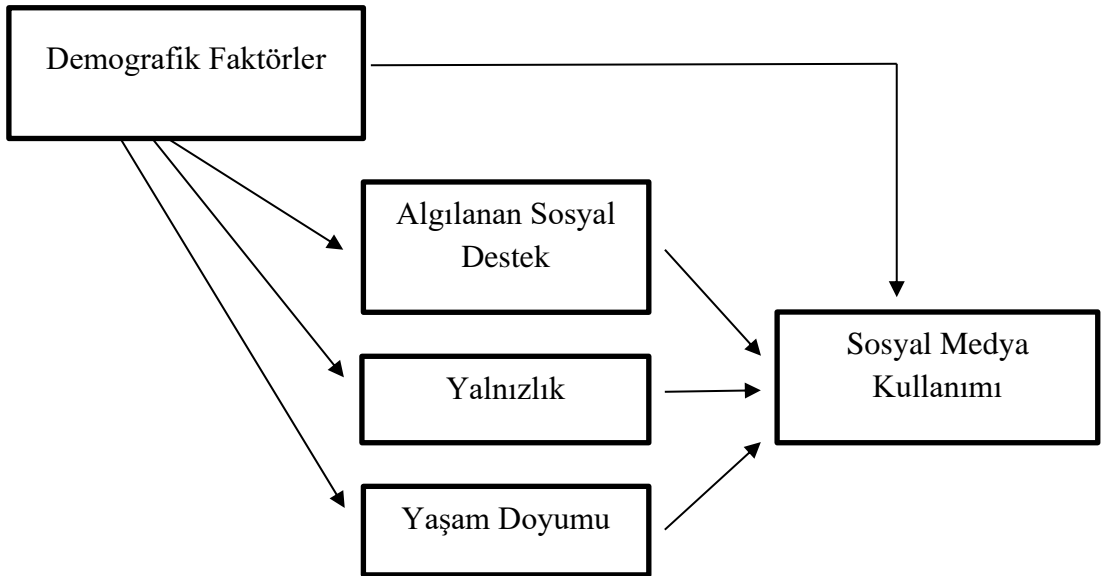
sıklıkla rastlanılmış fakat sosyal medya kullanımı ile diğer değişkenler arasındaki ilişkinin bir arada alındığı çalışmalara sınırlı rastlanılmıştır. Bu doğrultuda alan yazına katkı sağlaması ve yaşlı alanında çalışan meslek elemanlarına (psikolog, sosyal hizmet uzmanı, psikolojik danışmanlar) destek olması açısından yapılan araştırmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın bu kısmında, araştırmanın modeli, araştırma verilerinin toplanması, araştırma verilerinin analiz yöntemi ve verileri toplama araçları hakkında bilgi verilmektedir.

### Araştırmanın Modeli

Bu çalışma Balıkesir ilinde 60 yaş ve üzeri bireylerin sosyal medya kullanımının yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyleri ile ilişkisinin incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen nicel bir araştırmadır. Bu çalışma nicel araştırma yöntemlerinden genel tarama modellerinden, iki ya da daha çok sayıda değişkenin aralarındaki ilişkilerin belirlenmek üzere incelendiği ilişkiyel tarama modeli (Büyüköztürk vd., 2018, s.95) kullanılarak yapılmıştır.



**Şekil 1. Araştırmanın Modeli**

### Veri Toplama Araçları

Araştırmada yer alan yaşlıların sosyal medya kullanımı ile ilgili bilgiler, hazırlanan soru formu (EK 1) ile toplanmıştır. Hazırlanan soru formu toplamda 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm yaşlıların demografik bilgilerini öğrenebileceğimiz

sorular (yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, çalışma durumu, aylık gelir) sorulmuştur. Aynı zamanda sosyal iletişim (kimler ile yaşadıkları, akrabaları görme sıklıkları, çocuklarının olup olmadığı, çocukları var ise kaç tane olduğu ve çocuklarını görme sıklıkları) ile ilgili sorulara yer verilmiştir. Ayrıca bu bölümde, kullanmış oldukları sosyal medya araçlarını, sosyal medya kullanımlarındaki memnuniyet düzeylerini, sosyal medyayı ne kadar süredir ve ne sıklıkla kullandıklarını, sosyal medyayı hangi amaçlar için kullandıklarını öğrenmeye yönelik sorulara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde yaşlıların yaşam doyumlarını ölçmeye yönelik olarak 5 sorulu 5’li likert olan yaşam doyum ölçeği kullanılmıştır.

Dördüncü bölümde 12 maddeden oluşan çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeği, beşinci bölümde ise 11 madde ve 3’lü likert tipinden olan yaşlılar için yalnızlık ölçeğine yer verilmiştir.

#### Kişisel Bilgi Formu:

Kişisel bilgi formu, yaşlı bireylerin sosyo-demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, medeni durum, kiminle veya kimlerle yaşadığı, çocuklarının olup olmadığı, varsa kaç tane olduğu, aylık gelir düzeyleri, eğitim düzeyleri) ve sosyal medya kullanımına ait bilgileri (Sosyal medyayı ne zamandır kullandıkları, günde kaç saat vakit harcadıkları, kullanım amaçları, kullandıkları sosyal medya uygulamalarının neler olduğu) öğrenmeye dair soruları içermektedir.

#### Yaşam Doyumu Ölçeği:

Araştırmaya katılan yaşlıların yaşam doyumlarını ölçmek amacıyla Deiner, Emmons, Lrsen ve Griffin (1985, s. 71) tarafından geliştirilip, Türkçeye uyarlanması ise Dağlı ve Baysal (2016) tarafından yapılan Yaşam Doyum Ölçeği (The Satisfaction with Life Scale) kullanılmıştır. Ölçeğin orijinalinde 7 dereceli likert tipi ölçek kullanılmış olup Türkçe’ye uyarlama çalışmasında yedili formun Türk kültürüne uygun olmadığı gözlenerek 5 dereceli likert tipine geçilmiştir. Böylelikle 5 maddeden oluşan ölçeğin değerlendirmesinde 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1:Hiç katılmıyorum, 2: Çok az katılıyorum, 3:Orta düzeyde katılıyorum, 4: Büyük oranda katılıyorum, 5:Tamamen katılıyorum). Dağlı ve Baysal (2016, s.1250); ölçeğin güvenilirliğini test-tekrar test yöntemi ile yapmıştır. İki uygulama arasında .97 olarak korelasyon sayısı elde etmiştir. Çalışma da ölçeğin toplam Cronbach Alpha Katsayısı .88 olarak hesaplanmıştır.

### Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği:

Araştırmaya katılan yaşlıların algılanan sosyal destek düzeylerini ölçmek amacıyla 1988 yılında Zimet, Dahlem Zimet ve Faley tarafından geliştirilen (Zimet vd., 1988, s. 30) Türkçeye geçerlilik ve güvenilirlik çalışması ise Eker, Arkar ve Yıldız (2001, s. 17) tarafından yapılan Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (The Multidimensional Scale Of Perceived Social Support) kullanılmıştır. Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği, aile (4 madde), arkadaş (4 madde) ve özel bir insan (4 madde) olmak üzere sosyal desteğin kaynağını temsilen üç altı boyut ve 12 maddeden oluşmaktadır. Her bir madde 7 aralıklı ölçek kullanılarak derecelendirilmiştir. Bir (kesinlikle hayır) dereceden, yedi (kesinlikle evet) dereceye kadar olan numaralandırmalardan uygun olanın seçilmesi istenmektedir. Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı; aile boyutun da .91, arkadaş boyutunda .91 ve özel insan boyutunda .92 iken, toplamda iç tutarlılık kat sayısı .89 olarak bulunmuştur (Eker vd., 2001, s.17).

### Yaşlılar İçin Yalnızlık Ölçeği:

Bu ölçek De Jong-Gierveld ve Kamphuis (1985) tarafından geliştirilmiş olup 1999 yılında Van Tilburg ve de Jong Gierveld (1990) tarafından revize edilmiştir. Ölçek yaşlıların yalnızlık düzeylerinin belirlenmesini amaçlayan 11 maddeden oluşmaktadır. Her maddeye evet, olabilir ve hayır şeklinde 3'lü likert tipi derecelendirme ile cevaplar verilmektedir. Ölçek iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin altı maddesi (2,3,5,6,9,10) duygusal yalnızlığı ölçen olumsuz maddeler, beş maddesi ise (1,4,7,8,11) sosyal yalnızlığı ölçen olumlu maddelerdir. Duygusal yalnızlık sonuçları ile sosyal yalnızlığın sonuçları toplandığı zaman toplam yalnızlığı vermektedir. Ölçeğin Türkçe uyarlaması Akgül ve Yeşilyaprak (2015) tarafından gerçekleştirilmiştir. Cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı toplam .85 olarak hesaplanmıştır. Alt boyutlarda ise cronbach alpha iç tutarlılık katsayısı; duygusal yalnızlık boyutunda .79, sosyal yalnızlık boyutunda .81 olarak elde edilmiştir. Zamana karşı olarak ölçeğin güvenilirliğini incelemek amacıyla tekrar katsayıları hesaplanmış olup toplam güvenilirlik katsayısı (Cronbach Alpha) .93 olarak bulunmuştur. Duygusal yalnızlık boyutunda .90, sosyal yalnızlık boyutunda ise .93 olarak bulunmuştur (Akgül ve Yeşilyaprak, 2015, s. 34).

### **Araştırma Verilerinin Toplanması**

Araştırmada veri toplama aşamasına geçmeden önce Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu'nun 09/04/2020 tarihli Etik Kurul

İzni (Ek-7), Yaşlılar İçin Yalnızlık, Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek ve Yaşam Doyumu Ölçeğini (Ek-6) geliştiren kişilerden mail yoluyla ölçeğin kullanılmasına yönelik gerekli izinler alınmıştır.

Araştırmada veri toplama araçları Balıkesir merkezde yaşayan, 60 yaş ve üzeri sosyal medya kullanan yaşlı bireylere, araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu yüz yüze anket tekniği kullanılarak uygulanmıştır.

### **Araştırma Verilerinin Analizi**

Araştırma Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı'nın 25. (SPSS 25.0) sürümü kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde 406 bireyin, "Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımı, yaşam doyumu, yalnızlık ve algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi formu"nda yer alan sorulara verdikleri cevaplar bilgisayar ortamına geçirilmiştir.

Çalışmada elde edilen verilerin, ölçeklerin analizi için tanımlayıcı analizler; sayı ve yüzde dağılımları, ortalamalar hesaplanmıştır. Ölçeklerin güvenilirliklerini ölçmek amacıyla Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları incelenmiştir. Çalışmada sosyal medya kullanımına dair bilgiler ile bağımsız değişkenler (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, akraba, arkadaş, çocuklarla görüşme sıklığı) arasında fark olup olmadığını test etmek amacıyla "Ki-kare" testi uygulanmıştır.

Yaşlı bireylerin yaşam doyumları, yalnızlık düzeyleri, sosyal destek algıları ile bağımsız değişkenler (sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanımını memnuniyet düzeyi, sosyal medya kullanma süreleri ve sıklığı) arasındaki farkın istatistiksel olarak önemli olup olmadığını test etmek amacıyla "Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)" uygulanmıştır. Gruplar arası farklılıklara ise çoklu karşılaştırma testlerinden Scheffe testi ile bakılmıştır. Çalışmada katılımcıların yaşam doyumu, yalnızlık düzeyleri, sosyal destek algıları ile sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla Bağımsız Örneklem T-Testi uygulanmıştır. Sosyal medya kullanımı, yaşam doyumu, algılanan sosyal destek düzeyi ve yalnızlık arasındaki ilişkileri değerlendirmek için değişkenler arası Pearson Korelasyon Analizine bakılmıştır. Yapılan istatistiksel analizler için anlamlılık düzeyi 0,05 olarak kabul edilmiştir (Büyüköztürk vd., 2008, s.90).

## ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ / PROBLEM

Koronavirüs sürecinde kısıtlama getirilen yaş grubu olan 60 yaş ve üzeri yaşlı bireyler evde kaldıkları süre boyunca sosyal medya kullanımlarında artış meydana gelmiştir (TUİK, 2021). Yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyleri ve sosyal medya kullanımı arasında ilişkinin olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın araştırma problemini “Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımının yalnızlık, yaşam doyumu, algılanan sosyal destek düzeylerini nasıl etkilemektedir?” sorusu oluşturmaktadır.

Araştırmaya ait hipotezler aşağıda sunulmuştur:

**H<sub>1</sub>:** Sosyal medyayı kullanan yaşlıların; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, akrabalarla, arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklığı) göre farklılaşmakta mıdır?

**H<sub>1a</sub>:** Yaşlı bireylerin, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları cinsiyete göre farklılaşır.

**H<sub>1b</sub>:** Yaşlı bireylerin, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları yaşa göre farklılaşır.

**H<sub>1c</sub>:** Yaşlı bireylerin, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları eğitim düzeyine göre farklılaşır.

**H<sub>1d</sub>:** Yaşlı bireylerin, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları akrabalarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H<sub>1e</sub>:** Yaşlı bireylerin, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları arkadaşlarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H<sub>1f</sub>:** Yaşlı bireylerin, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları çocuklarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H<sub>2</sub>:** Sosyal medyayı kullanan yaşlıların; sosyal medyayı kullanma süreleri demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, akrabalarla, arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklığı) göre farklılaşmakta mıdır?

**H<sub>2a</sub>:** Yaşlı bireylerin, sosyal medyayı kullanma süreleri cinsiyete göre farklılaşır.

**H<sub>2b</sub>:** Yaşlı bireylerin, sosyal medyayı kullanma süreleri yaşa göre farklılaşır.

**H2c:** Yaşlı bireylerin, sosyal medyayı kullanma süreleri eğitim düzeyine göre farklılaşır.

**H2d:** Yaşlı bireylerin, sosyal medyayı kullanma süreleri akrabalarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H2e:** Yaşlı bireylerin, sosyal medyayı kullanma süreleri arkadaşlarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H2f:** Yaşlı bireylerin, sosyal medyayı kullanma süreleri çocuklarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H3:** Sosyal medyayı kullanan yaşlıların; günlük sosyal medya kullanım sıklığı demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, akrabalarla, arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklığı) göre farklılaşmakta mıdır?

**H3a:** Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı, cinsiyete göre farklılaşır.

**H3b:** Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı, yaşa göre farklılaşır.

**H3c:** Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı, eğitim düzeyine göre farklılaşır.

**H3d:** Yaşlı bireylerin, günlük sosyal medya kullanım sıklığı, akrabalarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H3e:** Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı, arkadaşlarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H3f:** Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı, çocuklarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H4:** Sosyal medyayı kullanan yaşlıların; sosyal medya kullanım memnuniyet düzeyi demografik değişkenlerine (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, akrabalarla, arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklığı) göre farklılaşmakta mıdır?

**H4a:** Yaşlıların sosyal medya memnuniyet düzeyi, cinsiyete göre farklılaşır.

**H4b:** Yaşlıların sosyal medya memnuniyet düzeyi, yaşa göre farklılaşır.

**H4c:** Yaşlıların sosyal medya memnuniyet düzeyi, eğitim düzeyine göre farklılaşır.

**H4d:** Yaşlıların sosyal medya memnuniyet düzeyi, akrabalarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H4e:** Yaşlıların sosyal medya memnuniyet düzeyi, arkadaşlarla görüşme sıklığına göre farklılaşır.

**H4f:** Yaşlıların sosyal medya memnuniyet düzeyi, çocuklarla görüşme düzeyine göre farklılaşır.

**H5:** Yaşlı bireylerin yaşam doyumları; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyi, sosyal medya kullanma süreleri ve günlük sosyal medyayı kullanma sıklıklarına ve sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşmakta mıdır?

**H5a:** Yaşlıların yaşam doyumları, sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçlarına göre farklılaşır.

**H5b:** Yaşlıların yaşam doyumları, sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyine göre farklılaşır.

**H5c:** Yaşlıların yaşam doyumları, sosyal medya kullanma sürelerine göre farklılaşır.

**H5d:** Yaşlıların yaşam doyumları, günlük sosyal medya kullanım sıklıklarına göre farklılaşır.

**H5e:** Yaşlıların yaşam doyumları, sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşmaktadır.

**H6:** Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyi, sosyal medya kullanma süreleri ve günlük sosyal medyayı kullanma sıklıklarına ve sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşmakta mıdır?

**H6a:** Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçlarına göre farklılaşır.

**H6b:** Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri; sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyine göre farklılaşır.

**H6c:** Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri; sosyal medya kullanma sürelerine göre farklılaşır.

**H6d:** Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri; günlük sosyal medyayı kullanma sıklıklarına göre farklılaşır.

**H6e:** Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri; sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşır.

**H7:** Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyi, sosyal medya kullanma süreleri ve günlük sosyal medyayı kullanma sıklıklarına ve sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşmakta mıdır?

**H7a:** Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçlarına göre farklılaşır.

**H7b:** Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyine göre farklılaşır.

**H7c:** Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sosyal medya kullanma sürelerine göre farklılaşır.

**H7e:** Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; günlük sosyal medyayı kullanma sıklıklarına göre farklılaşır.

**H7f:** Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sosyal medya kullanım amaçlarına göre farklılaşır.

## **EVREN VE ÖRNEKLEM**

Araştırmanın evreni Balıkesir'dir. Araştırmanın evreninin Balıkesir ili olarak seçilmesinin nedeni araştırmacının bu ilde yaşamını sürdürmesi ve katılımcılara rahatlıkla ulaşabilmesidir. Örneklem ise Haziran 2021- Şubat 2022 tarihleri arasında Balıkesir il merkezinde yaşayan 60 yaş ve üzeri sosyal medyayı kullanan yaşlı bireylerdir. "Huzurevleri ile huzurevi yaşlı bakım ve rehabilitasyon merkezleri yönetmelik" kapsamında yaşlı birey, 60 yaş ve üzeri olarak esas alınmaktadır. Bu sebeple çalışmamızda 60 yaş sınır alınmıştır (Huzurevleri ile Huzurevi Yaşlı Bakım Ve Rehabilitasyon Merkezleri Yönetmelik, 2009, m.4/c). Bireylerin seçiminde gelişigüzel örnekleme tekniği kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler 60 yaş ve üzeri 406 katılımcı üzerinden yürütülmüştür. Araştırmaya alınacak toplam yaşlı birey sayısının belirlenmesinde, evren tahmini için sapma miktarı 0.05, güven düzeyi %95 ve evren



büyüklüğü 100.000 alınmıştır. Buna göre evreni temsil edebilecek kişi sayısı 383 olarak hesaplanmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.50, Büyüköztürk vd., 2008, s.95).

Araştırmaya katılım kabul ölçütleri:

- Balıkesir il merkezinde yaşıyor olmak,
- 60 ve üzeri yaş grubuna dahil olmak,
- Okuma yazması olmak,
- Sosyal medya araçlarından birisini kullanıyor olmak,
- Çalışmaya katılmaya gönüllü olmak yer almaktadır.

## **KAPSAM VE SINIRLILIKLAR/KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER**

Gerçekleştirilen bu araştırmada sınırlılıklar/ karşılaşılan güçlükler aşağıda şu şekilde sıralanabilir:

- Araştırma evreni, kapsam itibari ile sadece Balıkesir il merkezi ile sınırlandırılması.
- Araştırma sadece Yalnızlık, Yaşam Doyumu, Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nin ölçtüğü niteliklerle sınırlı olması.
- Veri toplama sırasında 60 yaş ve üzeri bireylerin araştırmaya katılma hususunda çekingen davranmaları, salgın nedeniyle çekinmeleri.
- 60 yaş ve üzeri bireylerin anket doldurma konusunda güven problemi yaşamaları.
- Koronavirüs salgınının yayılımını azaltmak amacıyla 60 yaş ve üzeri bireyler için sokağa çıkma yasağı uygulamasının getirilmesinin yaşlı bireylere ulaşımı zorlaştırması.

# 1. BÖLÜM

Bu bölümde yaşlılık ve yaşlanma kavramı, yaşlılık dönemi sınıflandırması, yaşlıların demografik özellikleri, yaşlılık dönemi özellikleri, yaşlılık dönemi sorunları, yaşlılık kuramları, yaşlılıkta yaşam doyumu, yaşlılıkta sosyal destek sistemleri önemi, yaşlılıkta yalnızlık ilişkisine değinilecektir.

## 1.1.Yaşlılık Kavramı

Yaşlılık fiziksel, psikolojik ve sosyal yönleri ile birlikte çok boyutlu incelenmesi gereken bir dönemdir (Çağlar, 2017, s. 9). Fiziksel yönü, kronolojik yaşın artmasıyla birlikte görülen değişimleri içerirken; psikolojik yönü, algı, öğrenme, problem çözme ve kişilik özellikleri açısından insanın uyum sağlama potansiyelinin kronolojik yaş ilerledikçe değişimini içerir. Yaşlılığın sosyolojik yönü ise bir toplumda belli bir yaş grubundan beklenen davranışlar ve toplumun o gruba verdiği değerlerle ilgilidir (Kutlu ve Avcı, 2018, s.57). Yaşlılık, kültürel, sosyal, politik ve ekonomik olarak genellikle kronolojik olarak değerlendirilen bir kavram haline gelmiştir (Karadakovan, 2014, s.3).

Kalkan (2008, s. 4)'a göre yaşlılık, mevcut biyolojik kapasitelerin azalması ile karakterize edilen biyolojik, psikolojik ve sosyal yönleri olan bir süreçtir. Biyolojik yaşlılık gelişim aşamasında vücudun yapısal ve işlevsel olarak değişimini ifade etmektedir. Psikolojik olarak yaşlılık gelişim aşamasında yaşanmışlıkların artmasıyla olan davranıştaki değişiklikler ve davranışa uyum sağlama yeteneğindeki yaşa endeksli değişimlerdir. Sosyolojik olarak yaşlılık ise, kişinin toplumdaki mevcut rolünün, statüsünün ve beklentilerinin farklılaşmasıdır. Bir diğer tanımla yaşlılık kişinin kendisini yaşlı olarak hissetmesi ile alakalıdır (Çelebi ve Yüksel, 2014 s. 180).

Yaşlanan nüfus günümüzün en önemli sosyal ve ekonomik sorun alanlarından birini oluşturmaktadır (Kalınkara ve Sarı, 2019, s.12). Yaşlılık döneminde, kayıplar yaşanır ve mevcut duruma alışılmaya çalışılır. Yaşlı birey yaşadığı çevrede kültürel, çevresel, ekonomik durumlardan da etkilenir (Diktaş Yerli, 2017, s. 1278).

Biyolojik, psikolojik ve sosyal özellikleri olan insan doğal, kültürel ve toplumsal yaşamın önemli bir parçasıdır (İlgar, 2008, s. 63). Yaşlılık döneminde insan yaşamının en önemli bir dönemi sayılmaktadır (Karadeniz ve Dedeli, 2008, s. 19). Yaşlılık dönemi öncesinde bireylerin yaşadıkları hayat, deneyimler birbirlerinden farklı olduklarından dolayı yaşlanma durumuna verdikleri tepkilerde farklılaşmaktadır. 50 yaşında olan bir

kişi çok ağır kayıplar yaşamıştır ve kendisini yaşlanmış hisseder. Fakat 75 yaşındaki bir kişi kendisini hala genç olarak hissedebilmektedir (Abalı, 2020, s.6).

Bu sebeple Dünya Sağlık Örgütü'nün (DSÖ) belirlediği yaşlılık sınırı, ulusal ve uluslararası çalışmalarda kullanılmaktadır.

Dünya Sağlık Örgütü'ne göre yaşlılık sınırı 65 yaş olarak belirlenmiş ve yapılan çalışmalar bu yaş sınırı esas alınmıştır. Yaşlılık sınıflandırması şu şekildedir (WHO,2017).

- Genç yaşlılık: 65 ile 74 yaş,
- Orta yaşlılık: 75 ile 84 yaş,
- İleri yaşlılık: 85 ve üzeri yaş.

Yaşamsal dönemin son aşaması olarak belirlenen yaşlılık dönemi, kişiden kişiye yaşam kalitesi, yaşam doyumu, özellikleri ve biçimi değişmektedir (Aksoy ve Günay, 2017, s.2). Yaşlılıkta bireysel değişimler yaşanmaktadır. Bunun yanı sıra toplumsal ilişkilerde de farklılıkların olduğu bir dönem olarak söylenebilmektedir. (Köse ve Erkan, 2014, s.43). Nitekim toplum içerisinde var olan kültürel etkenler ve yaşlılık üzerinde var olan değerler, yaşlanmanın sosyal boyutunu da ortaya koymaktadır.

## **1.2.Yaşlanma Kavramı**

Yaşlanma; organizmanın hücre, doku ve sistemler düzeyinde, zaman içerisinde ortaya çıkan, geri dönüşü olmayan, yapısal ve fonksiyonel değişikliklerin tümünü kapsayan fizyolojik bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Saddock, 2007, s.602). Örnek Büken (2010, s.33)'e göre yaşlanma, enerji, uyum yeteneğinin ve iş yapma yeterliliğinin azaldığı bir süreçtir.

Hayata başladığımız andan itibaren yaşlanma kavramı var olan bir süreçtir. Bebekten çocukluk dönemine geçerken, çocuktan yetişkinlik dönemine geçerken birey fizyolojik, fiziksel, psikolojik ve sosyolojik olarak yaşlanmaktadır. Fakat bu süreçler hızlı bir şekilde olduğu için bu süreç yaşlanma olarak değil gelişme olarak değerlendirilmektedir. Birey, büyüme ve gelişme süreçlerinde hızlı bir yaşam seyrine sahip olduğu için ancak duraklama ve gerileme sürecinde yaşlandığını fark eder. Bu nedenle, yaşlanma kavramı anne karnından başlayıp ölüme kadar olan kaçınılmaz bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Güleç, 2011, s. 23; Tomanbay, 2002, s. 250).

Modern yaşam ile birlikte yaşlanmayı sadece kronolojik yıllar açısından tanımlayan geleneksel yaşlanma görüşü gittikçe değişmektedir (Cohen, 2002, s. 600). Yaşlanmanın başlangıcı bireyden bireye, toplumdaki topluma, hatta aynı toplum içerisinde bile zaman, bölge ve yaşam tarzlarına göre farklılıklar göstermektedir. Yaşlanma, yalnızca kronolojik yılları değil, aynı zamanda biyolojik, psikolojik, sosyo-kültürel ve ruhsal süreçlerin yanı sıra kültürel, etnik ve cinsiyet farklılıklarını da kapsayan, sosyal olarak oluşturulmuş bir kavram olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle yaşlanma süreci üzerinde genetik faktörler, bireysel hastalıklar, ekonomik koşullar, yaşam tarzı, yaşadığı çevre ve önemli yaşam olayları, travmalar gibi pek çok faktör etkili olabilmektedir (Aslan ve Hocaoglu, 2017, s. 53). Bu nedenle yaşlanma kavramı tanımlanırken biyopsikososyal süreçlerin bir bütün olarak göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

### **1.3. Yaşlılık Döneminin Boyutları**

Psikolojik, kronolojik, biyolojik ve sosyolojik boyutları ile tanımlanan yaşlılık kavramının toplumdaki topluma, kültürden kültüre ve kişiden kişiye değişen algı sebebiyle başlangıç noktasına belirlemek oldukça güçtür (Tufan, 2016, s.18). Bu noktada yapılan çalışmalarda Dünya Sağlık Örgütü'nün kronolojik yaş sınırı temel alınmıştır (WHO, 2017).

Şentürk (2018, s. 25), çalışmasında yaşlılık kavramının yalnızca zamana bağlı olarak açıklanamayacak kadar çok yönlü olmasından dolayı farklı açılarla ve yaklaşımlarla değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamıştır. Yaşlılık döneminde, kronolojik, biyolojik, psikolojik ve sosyolojik yaşlanma olmak üzere dört boyut öne çıkmaktadır.

#### **1.3.1. Kronolojik Olarak Yaşlılık**

Bireylerin doğumundan itibaren yaşadığı zamana kadar geçen süreye kronolojik yaş denilmektedir. Bireyler içinde yaşadığı süre ile birlikte kronolojik olarak yaş almaktadırlar. Tüm canlı ve cansız varlıklar için yaşlılık evresi doğal ve kaçınılmaz bir dönemdir (Evcil, 2020, s.5). Dünya Sağlık Örgütü yaşlılık sınırını 65 yaş olarak belirlemiştir. Yapılan çalışmalarda bu yaş sınırı esas alınmıştır. Çeşitli kronolojik sınıflandırmalar, farklı yaş kriterleri kullanımı söz konusu olsa daha ulusal ve

uluslararası yaşlılık çalışmalarının genelinde Dünya Sağlık Örgütü'nün tanımı esas alınmaktadır.

### **1.3.2. Biyolojik Olarak Yaşlılık**

Her ne kadar gerontologlar 65 yaş ve üzeri yaşlı sınıf olarak kabul etse bile yaşlanma sürecinde önemli bireysel farklılıklar gözlemlenebilir. Bu farklılıklar yaşlılık kavramına bireysel ve biyolojik yaşlanma boyutunu da beraberinde getirmiştir (Taşkıran ve Kaya, 2015, s.25). Biyolojik yaşlanma da bireylerin dokularında ve hücrelerinde değişiklikler, organlarında fonksiyonel problemler meydana gelmektedir (Öksüzokyar vd., 2016, s.35-39). Yaşlanmada, bireysel farklılıkların olması yaşlılık kavramının farklı bir boyuta taşınmıştır. Çünkü bireylerin kronolojik olarak yaşları birbirleri ile aynıken; biyolojik olarak yaşlanmaları kişiden kişiye değişmektedir. Kronolojik yaşı değiştirmek olanaksızdır; ancak biyolojik yaşı genç tutmak veya daha sağlıklı yaşamak olasıdır (Güler, 2017, s. 132).

Biyolojik yaşlanmada genetiksel olarak var olan etmenlerin etkisi gözlenmektedir. Bazı bireylerde kronolojik yaşlanma bazı bireylerde ise biyolojik yaşlanma önde gider; ancak organizmadaki organların yaşlanması birlikte ilerlemez. Organların, bireyin yaşam tarzına ve sahip olduğu kalıtsal özelliklere göre ayrı ayrı yaşlanma ve yıpranma süreleri vardır (Akçay, 2015, s.16). Bununla birlikte insanların yaşadığı çevre, yaşam koşulları, yaşadığı dönem, sosyal, kültürel ve ekonomik koşullarda, biyolojik yaşlanma üzerinde etkilidir. Günlük yaşamına ve faaliyetlerine özen gösteren birey, sağlıklı beslenerek, düzenli spor yaparak, bedensel, ruhsal ve zihinsel olarak olumsuzluklardan uzak durarak biyolojik yaşlanma konusunda önemli adımlar atabilir (Köknel, 2015, s.24).

### **1.3.3. Psikolojik Olarak Yaşlılık**

Psikolojik yaşlanma, bireyleri kronolojik ve biyolojik olarak yaşlanmalarına direnç göstermesi süreci ile ilişkilidir. “İnsan hissettiği yaştadır” şeklinde ifade edilen yaş, psikolojik yaştır ve bireylerin kendilerini hangi yaş diliminde hissettiği ile ilgilidir. Bu süreç yaşlılığın ayırt edici özelliği olan her türlü fizyolojik ve biyolojik sürecin dışında kendini gösteren zihinsel bir süreçtir (Akçay, 2015, s. 12).

Psikolojik olarak yaşlanma, bireyin, zekâ, hafıza, duygu gibi alanlarda fonksiyonların yitirilmesi ya da geleceğe ilişkin güvensizlik duygusu, geçmişte

gerçekleştirilemeyen idealler ve başarısızlıklar için üzülmeye şeklinde ortaya çıkar (Tereci vd., 2016, s.87; Kalıncı, 2014, s. 8-9). Kişinin yaşlanmasıyla birlikte fiziksel olarak vücudunda ve hareketlerinde gerilemeler yaşanması muhtemeldir. Deride kırışıklıklar oluşabilir, şekil bozuklukları ortaya çıkabilir, boy kısaltmaları meydana gelebilir ve bunun gibi vücudun birçok işlevi eski görevini yerine getiremeyebilir (Gök, 2020, s.8). Bütün bunlar, kişinin biyolojik yaşlanması ile açıklanabilecek değişimlerdir.

#### **1.3.4. Sosyolojik Olarak Yaşlılık**

Bireyler içerisinde yaşadığı toplumla etkileşim halinde bulunarak yaşamlarını devam ettirmektedir. Yaşlılık durumu da bu sürece dahildir. Bireylerin doğduğu andan itibaren içerisinde bulunduğu toplum ve çevre koşullarının yaşlılık kavramına biçtiği rol ve bu kavrama ilişkin tutumlar kendi içerisinde yeni bir yaşlılık formu oluşturur. Bu süreç yaşlılığın toplumsal yönü olarak ifade edilebilir (Şentürk, 2018, s.52; Merdin, 2020, s.29).

Özetle, yaşlanma sadece biyolojik değildir. Biyolojik olma ile beraber toplumsal bir olgudur. Bireysel ve toplumsal anlamda hem sosyo kültürel hemde sosyo ekonomik açıdan var olmaktadır. Bu özellikleri sebebiyle toplumdan topluma benzerlikleri bulunmasının yanı sıra farklı özellikleride barındırır (Sevim, 2019, s.16).

#### **1.4. Dünya’da ve Türkiye’de Yaşlıların Demografik Özellikleri**

Dünyada ve Türkiye’de yaşlı bireylerin yaşam süreleri günden güne artmaktadır. Değişen teknolojik gelişmeler, yaşam standartlarının artması, hastalıklar ve ölüm oranlarındaki azalmalar yaşlı oranlarında artışlara neden olmuştur (Badur, 2009, s.4). Dünya nüfusunun yaklaşık % 10'unu 65 yaş ve üzerindeki bireyler oluşturmaktadır. 2050 yılına kadar yaşlı nüfusunun % 22'lere ulaşması beklenmektedir (Aydın, 2022; s.1).

Dünya nüfusunda 960 milyon kişi okur yazar değildir. 960 milyonun 700 milyonu ise kadındır. Özellikle yaşlı kadınlarda okuryazar olmayanlar çoğunluktadır. 2000 yılında okur yazar olmayan yaşlı bireyler %66 ve erkekler %29 olarak belirlenmiştir. Az gelişmiş ülkelerde okuryazar sayılmayan kadınların oranı %85'e kadar yükselmektedir. Yaşlı kadınların büyük çoğunluğunun medeni durumu duldur. Pek çok ülkede 65 yaş ve üzeri erkeklerin %10-20'si ve kadınlarında yarısından fazlası duldur (Allen vd., 2002, s. 18).

Yaşlanan bireylerin çalışma kapasitesi ve gelirlerinde olan azalma sebebiyle sağlık ve diğer hizmetlere ulaşma konusunda sıkıntı yaşamaktadırlar (Shrestha, 2000, s. 205). Gelişmekte olan ülkelerde yaşlılar ekonomik olarak daha iyi durumda olsa da kötü iş koşullarında ve düşük ücret ile çalıştırılmaktadırlar. Üstelik gelişmekte olan ülkelerde yaşlıların %80'i düzenli bir gelire sahip değildir (Barrientos vd., 2003, s.558). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde açlık, yokluk ve yoksulluk yaşlıların önemli sorunlarıdır. Bu nedenle yaşlı emekli aylığı önem kazanmaktadır. Örneğin Güney Afrika'da emekli aylığı ile fakirlik sınırında yaşayan kişilerin sayısında % 5 azalma sağlanmıştır. Yaşlı kadınların yalnız olmaları ve okuryazar olmamaları daha da yoksun duruma düşmelerine neden olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde, en fakir ve en kırılgan grup yaşlı kadınlardır (Knodel ve Ofstedal, 2003, s. 680; Grundy, 2006, s.125).

Türkiye'de Cumhuriyetin ilanından hemen sonra doğurganlığı teşvik edici politikalar uygulanmıştır. Bu politikalardan 30 yıl sonra, 1950'li yıllarda vazgeçilmiş ve doğurganlık hızında 1970'li yıllara kadar belirgin azalmalar meydana gelmiştir (Gelekçi, 2016, s.52). Ülkemizde nüfus artış hızı %12.1 olarak bildirilmektedir (TÜİK, 2021). Toplam nüfus içinde yaşlı nüfusun oranı, 2020'de % 9,5'e yükselmiştir. Bu oran, kentsel alanlarda %6, kırsal alanlarda %10'dur. Kent yaşamında 15-64 yaş arası aktif nüfus oranı kırsal alanlara göre daha fazladır. Yaşlı nüfus olan 60 yaş ve üzeri nüfus, 2014 yılından 2019 yılına kadar olan beş yıllık süreçte artarak 7 milyon 550 bin 727 kişi olmuştur. Toplam nüfus içerisindeki yaşlı nüfus oranı 5 yılda %1,1 yükselere %9,1'e ulaşmıştır (TÜİK, 2021).

Ülkemizde diğer yaş grupları ile kıyaslandığında yaşlı nüfus daha hızlı bir artış göstermektedir. Türkiye'de sağlık alanındaki ilerlemelerden dolayı ölüm oranlarındaki düşme ve kadınların çalışma hayatına girmesi vb. birçok sebepten dolayı doğurganlıkta azalmalar meydana gelmesiyle nüfusun yaş sınıflandırmasındaki oranlarda değişmiştir. Toplam nüfus içerisindeki yaşlıların payı yükselmiş, çocuk ve gençlerin payı azalmıştır.

Türkiye'de 2020 yılında yaşlı nüfusu oranı % 9,5 iken, bu oranın 2025'de % 11, 2040'da % 16,3 ve 2080'de de %25,6'ya çıkması beklenmektedir (TUİK, 2021). Tüm bu veriler yaşlı nüfusun dünya ve özellikle ülkemiz açısından araştırılması yönünde önemine işaret etmektedir.

## **1.5.Yaşlılık Döneminin Özellikleri**

Yaşlılık, fiziksel ve bilişsel alanlarda gerileme, sağlık kaybı, kişilerarası desteğin zayıflaması, sosyal konumda değişme, üreticilik rolünün bırakılması gibi, dönemle ilgili problemlerin, çeşitli kayıpların olduğu bir dönem şeklinde değerlendirilmektedir (Palabıyıkoglu vd., 1992, s. 28).

Buna ek olarak yaşlılık, hastalıklara yatkınlık, fiziksel ve sosyal çevre değişiklikleri gibi konularda risk taşıyan bir dönem olmakla birlikte sahip oldukları engin hayat deneyimleriyle stres kaynakları ile başa çıkma konusunda avantajlar sağlamaktadır. Ancak aynı dönemi fiziksel beceri güçlüklerin yaşandığı, sosyal iletişimde zorunlu kopuklukların olduğu ve kimi zaman hayatı da tehdit eden ve bir arada görülen fiziksel hastalıkların yaşandığı bir dönem olarak da değerlendirmek mümkündür (Özmenler, 2001, s. 110). Yaşlılık dönemi özellikleri fiziksel, psikolojik ve sosyal özellikler olarak üç bölümde incelemektedir.

### **1.5.1.Yaşlılık Döneminin Fiziksel Özellikleri**

Yaşlılık dönemi ile birlikte fiziksel olarak değişimler yaşanmaktadır. Örneğin, eklemlerde bozukluklar, damar ve kalp tıkanıklıkları, kemiklerin hassaslaşması, iskelet sisteminde bozulmalar, hormonlarda ve reflekslerde yavaşlama, göz, kulak gibi duyu organlarında sıkıntılar görülmektedir. Bu fiziksel durumlar bilişsel faaliyetleride etkilemektedir (Danış, 2004, s. 32; Bucak, 2018, s.12).

### **1.5.2.Yaşlılık Döneminin Psikolojik Özellikleri**

Kronolojik anlamda yaşın ilerlemesinden dolayı problem çözme, öğrenme ve algılama gibi hafıza gücüyle alakalı değişimler mevcuttur. Aynı zamanda psikolojik yaşlılık, kişinin kendisini yaşlılığa hazır hissetmemesinden de kaynaklanmaktadır. İşi ile özdeşleşmiş kişi emeklilik dönemine gelip emekliliğe ayrıldığı zaman çökmektedir. Yaşını almış insanlarda başka kişilere yük olma korkusu, işe yaramama ve yetersizlik duygusu görülmeye başlamaktadır. Ayrıca yaşlı birey gelecek ile ilgili olumsuz düşüncelere kapılır. Sağlığının bozulacağını düşünerek endişe etmeye başlar. Tansiyon ve kalp rahatsızlıklarını bahane ederek üzüntü verebilecek olaylardan kaçma başlar (Arpacı, 2005, s. 110).

Yaşlı bireyler anlattıklarını tekrar anlatma, yeni nesli eleştirme, geçmişte yaşadıklarına odaklanma, unutkanlık, kendi kendine konuşma, huysuzluk ve alınganlık



gibi dolaylı olarak yaşlılığın psikolojik yönü ile alakalı davranışlarda bulunmaktadırlar (Er, 2009, s. 135).

Yaşlılık dönemine giren bireyin psikolojik durumu ve ruhsal değerlendirmesi yapıldığı zaman; ruh halindeki ve fiziksel durumundaki gerileme ile yaşamdaki gücü ve yaşama isteğinin zamanla azaldığı görülmektedir. Bireyin yaşlanması ile birlikte dış dünyadaki etkisi, kontrolü azalmakta ve psikolojik açıdan kendilerini yalnız ve boşlukta hissederler. Dış dünyadaki etkisi ve kontrolü azalan aynı zamanda kendilerini yalnız hisseden yaşlı bireyler yeniliklere karşı ilgisiz davranmakta, eski günlerine özlem duymaktadırlar (Emiroğlu, 1995; s.21-23). Yeni girdiği yaşam dönemine uyum sağlayamaması da bireyin psikososyal sorunlar yaşamasında neden olmaktadır.

### **1.5.3.Yaşlılık Dönemi Sosyal Özellikleri**

Yaşlandıkça bireylerde fiziksel, zihinsel, fizyolojik ve kronik rahatsızlıklar artmaya başlar. Artan sağlık sorunları gündelik yaşam faaliyetlerinde sıkıntılara sebebiyet verir ve kişi çevresine bağımlı hareket etmeye başlar. Aynı zamanda en önemli yaşam olaylarından biri olan emeklilik ile birlikte bireylerin sağlık durumu, aile ilişkileri, sosyal yaşam, finansal yetersizlikler gibi belli başlı konularda sorunlar yaşamaları, bu sorunlarla başa çıkmak zorunda olmaları yaşam kalitesi ve yaşam doyumunun düşmesine neden olabilmektedir (Günay vd., 2016, s.171).

Yaşlılık dönemi ile ilgili en belli olan sosyal özellik, gençlik ve yetişkinlik dönemlerindeki rol ve statü durumunun kaybolmasıdır. Emeklilik durumu, fiziksel olarak ortaya çıkan sağlık sorunları, yaşa bağlı oluşan toplumsal ayrımcılık yaşlı bireylerin sosyal hayattan kopmalarına ve sosyalliklerinin kaybolmasına sebep olmaktadır (Danış, 2004, s.34). Sosyal yaşamdan kopan ve izole olan yaşlıların zamanla sağlık ve psikososyal sorunlarla karşılaşması kaçınılmaz olmaktadır.

### **1.6.Yaşlılık Dönemi Sorunları**

19. yy. ile birlikte toplumsal açıdan yaşanan hızlı değişimler paralelinde toplam nüfus içindeki yaşlı popülasyonunda artmasına neden olmuştur. Artan yaşlı nüfusu ile birlikte yaşlılık dönemi ile ilgili problemlerde giderek daha belirgin hale gelmektedir. Artan problemlerden bir kısmı yaşlı bireylerin ekonomik, ruhsal ve fiziksel durumları ile ilgiliyken bir kısmı ise yaşlı bireylerin çevreleri ile olan ilişkilerinden

kaynaklanmaktadır (Kurt vd., 2010, s. 34). Bu sorunlar, yalnızlık ve sosyal izolasyon sorunu, ekonomik, beslenme, fiziksel ve ruhsal, sosyal sorunlar olarak açıklanmaktadır.

### **1.6.1.Yalnızlık ve Sosyal İzolasyon**

İnsan yaşamı duygusal, psikolojik, biyolojik ve entelektüel anlamlarda değişim süreçlerinden oluşmaktadır. Birey, bir yaş döneminden diğer yaş dönemine geçerken yerine getirmesi gereken görevleri ve karşılanması gereken gereksinimleri ve beklentileri vardır (Danış, 2004, s.34). Günümüzde yaşlı bireyler, çocuklarının evlenerek evden ayrılışları ya da eşlerinin ölmesi gibi nedenlerle yalnız yaşamaktadır. Bu durum yaşlı bireylerde yalnızlık duygunu tetiklemektedir. Aynı zamanda, güvenilir bir ilişki kurulamaması, aile bireyleri arasında bağlanma ilişkisinin eksikliği, şefkat ve sevgi gibi gerekli olan duygusal ihtiyaçların tatmin olamaması sebebiyle yaşlı bireylerde yalnızlık duygusu daha da artmaktadır (Kılavuz, 2005, s. 27).

Yalnızlık ve sosyal hayattan kopma dönemi ile birlikte intihar ve depresyona yatkınlık riski artmaktadır. Yaşlı bireylerin yakın zamanda olan yaşadıkları kayıplar, yas durumları bunları tetiklemektedir (Thomas, 1992, s. 83). Johnson ve Mullins (1989) yaptığı araştırmada, izolasyon ve yalnızlık süreçleriyle ilgili olarak; izole olmuş bireylerin kendini yalnız hissetmesine karşın toplumla ilişkilerini koparmamış olan bireylerin yalnızlık duygusunu aynı derecede hissetmediğini ve bu sebepten ötürü izolasyon ve yalnızlık olgularının birbirinden farklı olduğunu belirtmiştir. İzolasyonu sosyal kaynaklarla olan bağlantının ve katılım duygusunun; kaybı olarak değerlendirmiştir (Johnson ve Mullins, 1989, s.129). Emiroğlu (1995, s. 36) yaptığı çalışmada, yaşlılık döneminde, mesleki kimliğin ve toplumsal statüsünün azalması topluma uyum sürecinde çeşitli sorunlar yaşanmasına ve yalnızlığa sebep olduğunu açıklamaktadır (Emiroğlu, 1995, s.36).

### **1.6.2.Ekonomik Sorunlar**

Ekonomik durumla ilgili en önemli etmen olan ekonomik gelir, yaşlanmayı etkileyen faktörlerin başındadır. Yaşlanan kişinin emekliye ayrılması veya yaşlılıktan dolayı işinden ayrılması yüzünden gelirden belirgin bir azalma görülür (Emiroğlu,1995, s.40). Aynı zamanda bu durum, yaşlanmanın neden olduğu giderlerin artmasına da neden olabilmektedir. Yaşlılık hastalıkları, beslenme bozuklukları, bedensel ve ruhsal yorgunluk ve güçsüzlük, ekonomik problemler ile birleştiği zaman, bu durum yaşlılar açısından daha da çekilmez olabilmektedir (Arpacı, 2005, s.65).

Bu çerçeveden bakıldığında özellikle gelir düzeyi düşük olan kesimde yaşayan yaşlı bireylerde kronik işsizlik görülmektedir. Bir işte çalışma güvencesine sahip yaşlılar genelde düşük ücretlerle çalışmaktadır. Sanayisi gelişmiş toplumlara bakıldığı zaman ücret belirleme ve yaşlılara iş verme konusunda ayırt edici bir etmen olarak yaş göze çarpmaktadır. Yaşlı bireyler, faydalanabilecekleri, gelirlerini ve hayat düzeylerini arttıracak bir ek iş bulmak konusunda zorlanmaktadırlar (Emiroğlu, 1995, s.41).

### **1.6.3.Sağlık Sorunları**

Yaşlılık dönemi ile birlikte sağlık problemleri de artmaktadır. 65 yaş ve üzeri bireylerde kronik rahatsızlıklar görülmektedir. Yapılan çalışmalarda, yaşlı bireylerin ortalama 3,5 hastalıklarının bulunduğu görülmektedir. Alzheimer, demans, damar ve kalp rahatsızlıkları, işitme ve görme bozuklukları, kemik erimesi, idrar tutmada zorluk, kireçlenme yaşlılık döneminde görülen hastalıkların başında gelmektedir (Danış, 2015, s.32).

Fizyolojik yaşlanma ile birlikte beyin, bağışıklık, kas ve sinir sistemlerindeki, duyu organlarındaki kayıplar bireyleri etkilemektedirler. Bu dönemde yaşlıların sağlık durumu özel dikkat ve ilgi istemektedir. Böbrek, damar, kalp hastalıkları, kronik hastalıklar mevcut yaşam süresinin uzunluğuyla ilgilidir. Ayrıca bu dönemde yaşlılıkta azalan faaliyet, iştahta değişme ve işleyin bozulması ve uygun gıda alımının önem kazanması da söz konusudur (Koşar, 1996, s.7).

### **1.6.4.Beslenme Sorunları**

Sosyal, zihinsel, ruhsal ve bedensel yönlerden sağlığın temeli olan dengeli ve yeterli beslenme, insan yaşamının kalitesini artırır ve yaşlılık döneminde görülen değişimlerin hızını yavaşlatıp, olumsuzlukların gecikmesini sağlar (Aslan, 2007, s.98). Yaşlılar, beslenme problemleri ve yetersiz besin tüketimi yüzünden, toplum içerisinde beslenmelerine dikkat edilecek, risk taşıyan bireyler listesinin önemli gruplarındandır. Yaşlılıkta özel bir beslenme uygulanmalıdır. Yaşlı bireylerin beslenme planı yapılırken, beslenmeyi etkileyecek etmenlerin düşünülmesi, mevcut bilgilere bakılarak ihtiyaç duyulan besin öğeleri ve enerjinin yeterli miktarda alınması, yetersiz olduğu düşünülen besin öğelerinin sık sık alınmasına dikkat edilmesi ve yaşlının hastalıklarına uygun bir diyet hazırlanması gerekir (Rakıcıoğlu, 2004, s.3).

Görülen kötü beslenmenin sebepleri arasında zihinsel fonksiyonlarda yetersizlik, diş sorunları, eğitim düzeyinin düşük olması ve ekonomik zorluklar bulunmaktadır. Bütün yaşlıların bilinçli ve doğru beslenme konularında doktorlar tarafından eğitilmesi, uyarılması ve diyetlerinin denetlenmesi gerekmektedir (Kutsal, 2007, s.18). Yaşlının beslenmesine olumsuz etki eden diğer faktörlerse yaşlı bireyin tek başına yaşaması, pişirme, yiyecek hazırlama ya da yiyecek hazırlamayı imkânsız hale getirecek fiziksel bir engel, bu konularda yardım edecek kurum ya da kişilerin bulunmaması ve gelir düzeyinin yeterli beslenme için düşük olmasıdır (Arpacı, 2005, s.67). Bununla birlikte yaşam süreci içinde yeterli ve dengeli beslenmenin özellikle ileriki yaşlarda kronik hastalıkların oluşumunun önlenmesinde, geciktirilmesinde ve tedavisinde önemli role sahip olduğu da bilinen bir gerçektir (Rakıcıoğlu, 2004, s.6).

### **1.6.5.Fiziksel ve Ruhsal Sorunlar**

Yaşlılık dönemi ile birlikte kronik rahatsızlıklar artmaya başlamaktadır. (Emiroğlu, 1995, s.41). Bu rahatsızlıklar yaşlı bireylerin daha hassas olmalarına sebebiyet verebilir. Kolayca alınabilen bireyler olan yaşlılar, sosyal, ruhsal ve fiziksel açıdan oluşan krizlere karşı çok hassastırlar (Arpacı, 2005, s. 113). Aslında bu krizleri kayıplar özelinde değerlendirecek olursak çoğu beklenen durumlardır. Kayıpların gerçek somut anlamları yanında yaşlı tarafından nasıl yorumlandığı da önemlidir. Bu dönemde, eş ve arkadaş kaybı, yer değiştirme, güvenli bir ortam kaybı, kendisine bakanların yok oluşu, kuvvet kaybı gibi pek çok önemli değişikliklerin yaşanması yaşlı bireylerde stres ve kaygı yaratır. Bu stres ve kaygıların sonucunda fiziksel ve duygusal çöküntüler ve davranış bozuklukları başlamaktadır. Daha da önemlisi yaşlının artık kendi ölümünü beklemeye başlamasıdır (Koşar, 1996, s.7).

### **1.6.6. Sosyal Sorunlar**

Yaşlılık döneminde fiziksel problemlerin yanı sıra sosyal problemlerde meydana gelmektedir. Yaşlıların yaşadığı sosyo-kültürel problemler; geniş aileden çekirdek aileye geçiş, kendi kendine hayatını idame ettirmede zorluklar, kuşaklar arası çatışma, şehir hayatına uyum sağlama hususunda yaşanan sıkıntılar, rol ve statü kaybı, sosyal hayata katılımında azalma, gelirin azalması, ulaşım gibi sorunlar yer almaktadır. Bireysel olarak oluşan bu sorunlar bireyin çevresine de yansımaktadır (Arpacı, 2005, s. 120-121).

Yaşlılar ekonomik ve sosyal olarak ailesinden destek alabilirlerse sosyal sorunları azalmaktadır. Ailesinden ve çevresinden yeterli sosyal destek alamayan yaşlı

bireylerin psikolojik, fiziksel ve sosyal olarak sorunları artmaktadır. Aile bireylerinden yardım alamayan yaşlı birey tek başına yaşamakta ve sosyal hayattan soyutlanmaktadır. Bu durum yaşlı bireyin yalnızlık problemini de gün yüzüne çıkarmaktadır (Yalçınkaya, 2021, s.65).

Aile bireylerinden yeterli desteği alamayan ve ekonomik açıdan sıkıntı yaşayan yaşlı fiziksel olarak sağlıklı olsa bile barınma gibi en temel ihtiyaçta sorun yaşayarak kurumda kalmaktadır. Bu durum yaşlı bireyi psiko-sosyal açıdan sorunlar yaşamasına, yaşamaya dair heyecanının azalmasına ve yaşam kalitesinde düşüşe sebep olmaktadır. Kurum bünyesinde barınan yaşlılar ihtiyacı olan sosyal desteği alamadıklarında kendilerini kötü hissetmektedirler (Nihal vd., 2013, s.136).

Yaşlılıkta sosyal sorunların meydana gelmesi yaşlılara yönelik politikaların yapılmasına da ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir. Yaşlılıkta yaşanan sosyal sorunları aile, kurum bakımı, yalnızlık, yaşlı ayrımcılığı ve emeklilik başlıkları altında değerlendirmek daha ayrıntılı bir açılım için faydalı olabilir.

## **1.7. Yaşlılık Kuramları**

Yaşlılık dönemi çok yönlüdür. Bu sebeple bir ya da birden fazla kuramla bu dönemi açıklamaya çalışmamalıdır. Yaşlılık ne şekilde ele alınırsa alınsın hep bir eksiklik olacaktır. Bu eksikliği tamamlamak amacıyla birçok kuram mevcuttur. Fakat yine de bu kuramlar tam olarak yaşlılığı tamamiyle açıklamaktan uzaktır. Yaşlılık tek bir disiplinle de açıklanamaz, disiplinlerarası yaklaşımı gerektirmektedir. Birden çok kuram olmasının sebebi her disiplinin kendi açısından yaşlılığı açıklamaya çalışmasıdır (Kaygusuz, 2008, s. 216-219). Bu bölümde yaşlılığı açıklamaya yönelik geliştirilmiş olan belli başlı kuramlara yer verilecektir.

### **1.7.1. Biyolojik Yaşlanma Kuramları**

Yaşlanmanın belirtileri öncelikle fiziksel ve bedensel görülmektedir. Bu sebeple tanımlanırken genel olarak biyolojik süreç olarak belirtilmektedir. Bireyin hücrelerinde oluşan kimyasal ve fiziksel değişimler biyolojik yaşlanma kuramının temelini oluşturmaktadır (Emiroğlu, 1995, s.24). Aşağıda bu kuramlar açıklanmaktadır:

**Somatik Mutasyon Kuramı:** Radyobiyojinin gelişmesiyle beraber radyasyona maruz kalınması ile 1950 ve 1960'lı yıllarda ön plana çıkmıştır. Bedende biriken

radasyon ile fizyolojik olarak değişiklikler meydana gelmekte ve yaşlanmayı tetiklemektedir (Slijepcevic, 2008, s. 11-16).

**Serbest Radikal Kuramı:** Harman (1956, s. 298-300) tarafından geliştirilen kuramdır. Vücuttaki hücrelerin yıkılması ile yaşlanmanın gerçekleştiği dūřüncesinden hareketle, hücreyi değiştiren ve yıkım sürecine girdiren durumlar üzerine odaklanılmıştır. Vücutta bulunan faal atom ve moleküller sayılan serbest radikaller vücutta çeşitli hasarlar vererek bedeni yaşlandırır ve ölümün sebebi olmaktadır (Harman, 2002, s.14).

**İmmünolojik ve Endokrin Kuramı:** Hormonların ve bağışıklık sisteminin yaşlanma üzerine etkisini inceleyen bir kuramdır. Kurama göre yaşlanma ile beraber olan hormonal bozukluklar, hormonların kullanımındaki azalma, bağışıklık sisteminde olan dūřüklük yaşlanmanın önemli sebeplerinden kabul edilmektedir (Bulut ve Özçakar, 1999, s. 3; Zülal, 2001, s. 58-61).

Açıklanan biyolojik kuramlar, yaşlanma sürecinin biyolojik ve fizyolojik alt yapısını incelemeye ve kişinin yaşlılıkla beraber göstermiş olduğu fiziksel, biyolojik özelliklerin sebeplerini anlatmaya çalışmaktadır. Yaşlanma sadece biyolojik ve fizyolojik olarak açıklanamaz. Bunun yanı sıra psikolojik belirtileride mevcuttur.

### **1.7.2. Psikolojik Yaşlanma Kuramları**

Yaşlılıkta biyolojik ve fiziksel olarak değişimler söz konusu olduğu kadar psikolojik olarak ortaya çıkan değişimlerde mevcuttur. Farklı toplum yapıları ve kültürel ögeler etkili olsa dahi çoęu yaşlı bireyin benzer durumlar altında benzer özelliklere sahip olduğu dūřünülmektedir.

**Psiko-Sosyal Kuram:** Kurama göre insanoğlu dünyaya belirli gereksinimler ile beraber gelmektedir. Birey yaşamının her yaş döneminde gereksinimlerinin yeterli ve sağlıklı bir şekilde karşılanması lazımdır. Bu sayede yeni yaş dönemine psiko-sosyal açıdan sağlam girdiğini savunan bir kuramdır (Miller, 2008, s. 204-211). Kuram insanoğlunun gelişimini sekiz dönemden ele almaktadır. Yaşlılık dönemi de bu sekiz dönemden birisidir. Yeni doğan bebeğin psiko-sosyal gereksinimi güvendir. Daha sonraki dönemlerde iste temel psiko-sosyal gereksinimler değişmektedir. Bu gereksinimlerin karşılanamadığı durumlarda kişi yaşlılık döneminde psiko-sosyal açıdan birçok sıkıntı yaşamaktadır (Erikson, 1959, s. 57-105).

### 1.7.3. Toplumsal Yaşlanma Kuramları

Yaşlılığı ve yaşlanma sürecini anlatan her sosyolojik kuram, anlattığı konuyu sadece araştırmış olduğu toplumun kültür durumuna göre açıklayabilir. Bu sebeple toplumsal yaşlanma kuramlarını incelerken ele aldığı toplumu, kültürünü ve zamanını göz ardı etmemek gerekir (Koçak ve Terkan, 2010, s. 29).

**Yaşamdan Geri Çekilme Kuramı:** Yaşlı birey, yaşlılık dönemine uyum sağlaması, mevcut olan rollerinden ve toplumla kurduğu ilişkilerden kendisini geri çekmesi ile mümkündür. Yaşamdan geri çekme sürecinde kişi etken durumdan çıkmaktadır. Kendiliğinden gerçekleşen bir durum söz konusudur ve bunun sonucunda kişi başarılı bir yaşlanma gerçekleştiremez, yeni roller edinemez ise yalnızlıkla başbaşa kalır (Koçak ve Terkan, 2010, s. 29-30; Tufan, 2016, s. 149-150; İlgar, 2008, s. 78).

**Aktivite (Etkinlik) Kuramı:** Aktivite kuramına göre yaşlı birey sosyal faaliyetlere katılması, yeni toplumsal roller edinmesi sosyal açıdan aktif kalmasında ve yaşam doyumunun artmasında önemlidir. Sosyal açıdan kendilerini dış çevreye kapatmamaları psikolojik düzeyde sağlıklı birey olarak kalmalarına yardımcı olmaktadır. Yaşlı bireyler sosyal faaliyetlere katılarak yaşam memnuniyet düzeylerini de arttırmaktadırlar (İlgar, 2008, s. 78; Kaygusuz, 2008, s. 234-235). Bu kuram, yaşamdan geri çekilme kuramına karşı olarak ortaya konulmuştur (Baran, 2005, s. 39).

**Rol Bırakma Kuramı:** Kurama göre insanoğlu doğacağı toplumun ona önceden belirlemiş olduğu rolleri kabullenmek durumundadır. Yani dünyaya gelmeden önce toplumun kişi için hazırlamış olduğu roller mevcuttur. Bu roller ile toplumsal yaşamda var olur ve kişilik, kimlik gelişimine katkı sağlar. Yaşlanma ile kaybolan roller yerine yeni roller koyabilen yaşlı, yaşlılık dönemine uyum sağlamada sıkıntı yaşamamaktadır (Kaygusuz 2008: 235-237; Kalıncara, 2011, s. 38-39).

**Süreklilik Kuramı:** Yaşlı bireyler, yaşamının geri kalanında oluşturduğu rolleri bırakmakta ve yerine yeni roller oluşturmaktadırlar. Yaşlanan birey, yaşlılık dönemine kadar olan hayatında ne kadar başarılı bir süreç geçirdiyse, sıkıntılarıyla başa çıkma yöntemleri geliştirdiyse; yaptıklarını, düzenini, davranışlarını, toplumsal ilişkilerini yaşlılık döneminde de sürdürebilirse o kadar memnun olacağı görüşüne dayalı bir kuramdır (İlgar, 2008, s. 78).

**Alt Kültür Kuramı:** Yaşlı bireylerin gençler ile olan iletişimindeki azalma, gençlerin sahiplendikleri değerleri yadırgama gibi sebeplerden dolayı yeni durumlara yabancılaşarak kendi yaşlıları ile daha çok iletişimde bulunup kendi değerlerine sıkı sıkıya bağlanması ile oluşan bir kuramdır. Yaşlı bireyler kendi aralarında yeni bir alt grup meydana getirirler. Böylece alt kültür oluşturdukları varsayılır (McMullin, 2000, s. 517-530; Tufan, 2016, s. 153-154; Canatan, 2008, s.65; Yazıcı, 2014, s. 25).

### **1.8. Yaşlılıkta Yaşam Doyumu**

Bireyin hayattan beklentileri ve şu an elinde bulunanlar ile kıyaslama yapmasıyla meydana gelen durum olarak tanımlanmaktadır. Birçok çalışmada, hayat memnuniyeti, yaşam kalitesi gibi terimlerle benzer anlamlarda kullanıldığı görülmektedir (Batan ve Ayten, 2015, s.69). Yaşlı bireylerde ise yaşam doyumu kavramı; meydana gelen durumlar ile baş etme gücü, hayat şartlarındaki farklılaşmalar gibi farklı etkenlerin bir araya gelmesine bağlıdır (Kubilay, 1994, s. 1-5).

Neugarten vd., (1961) göre yaşam doyumu, bireyin hayattan beklentileri ve bu beklentiler karşısında elde ettiklerinin kıyaslanması ile ortaya çıkan sonuçtur. Neugarten yaşlı bireylerde yaşam doyumunu saptamak üzere 5 madde kullanmaktadır.

Buna göre yaşam doyumu yüksek olan yaşlıların (Neugarten vd., 1961, s.135);

1. Günlük yaşamdaki etkinliklerden zevk alması,
2. Yaşamının bir anlam taşıması, yaşamıyla ilgili amaçlarının olması ve geçmiş yaşamının sorumluluğunu kabul etmesi,
3. Yaşamı boyunca planladığı amaçlara ulaştığına inanması,
4. Olumlu bir "ben" imgesine sahip olması ve yaşlılığında eksiklikleri ne olursa olsun, kendini değerli bir insan olarak görebilmesi,
5. Yaşama karşı iyimser bir tutum içinde olması beklenmektedir.

Yaşlı bireylerin, kendilerinin işe yaramadıkları düşüncesine kapılmamaları oldukça önemlidir. Kendilerinin işe yaramadıkları düşüncesinden uzaklaşmanın bir yolunu bulmalıdırlar. Bu ise kendilerine mutluluk hissettiren işlerle meşgul olmaları ile sağlanmalıdır. Yaşlılık dönemiyle birlikte değersizlik, işe yaramamazlık duygularının var olması kişinin yaşam doyumunu da etkilemektedir. Gençlik ve yetişkinlik döneminde aktif olan birey, emeklilik sonrası pasif olduğu için kendisini işe yaramaz



hissedebilmektedir. Bu durum sonucunda bireyin yaşam doyumu da olumsuz etkilenmektedir (Özer ve Karabulut, 2003, s. 73).

### **1.9. Yaşlılıkta Sosyal Destek Sistemleri ve Önemi**

Fiziksel ve ekonomik rahatlıklar, psikolojik durum, sağlık durumunu iyileştirme çabaları, sosyal çevre ile iletişim, gelir durumu gibi faktörler yaşlılıkta yaşam doyumunu etkilemektedir. Yaşlı bireyin yaşam doyumunu etkileyen bu faktörlerin yanı sıra algıladıkları sosyal destek düzeyleride yaşam doyumunu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Boylu ve Günay, 2018, s.1352). Çünkü sosyal destek, bireyin sıkıntıya düştüğü durumlarda hayatında önemli konumda olan dostları, aile yakınları ve yakın çevresi ile kurmuş olduğu iletişimin yansımalarıdır (Dhar, 2001, s. 1015; Gülaçtı, 2010, s. 46).

Sosyal yaşamdan geri çekilmenin başladığı dönem olan yaşlılıkta, başka bireylerden gelecek olan sosyal desteğe gereksinim artmaktadır. Yaşlandıkça daha hassaslaşan bireyin incinebilirliği ve kötü durumlara maruz kalma olasılığını sosyal destek azaltmaktadır (Şentürk, 2018, s. 204).

### **1.10. Yaşlılıkta Yalnızlık**

Bireyin hayatı boyunca yalnızlığı en çok yaşadığı dönem yaşlılık dönemidir (Özçelik, 2017, s.12). Yaşlılık döneminde oluşan fiziksel, psikolojik, sosyal değişimler yaşlıyı olumsuz olarak etkileyerek başka bireylerden yardım almak zorunda olma durumuna getirmektedir. Sağlık durumunda yaşadığı olumsuzluklar yaşlıyı toplumsal çevresinden uzaklaştırarak yalnız kalma durumuna getirmektedir (Akgül ve Yeşilyaprak, 2015, s.35).

Yaşlılık döneminin en önemli problemlerinden olan yalnızlık, sosyal çevre ile etkileşim azlığı ve yeterli sosyal desteğin olmamasıdır. Yalnızlık kimi zaman olumlu özellikler barındırırsa dahi yaşlılar için bu durum olumsuz olarak nitelendirilmektedir. Başka bireylerle sürekli etkileşimde olmak olumlu sayılmamaktadır. Fakat etkileşim halinin bulunması yaşlı bireyler üzerinde olumlu etkiler göstermektedir (Kılavuz, 2005, s.27).

Yaşlılık döneminde oluşan yalnızlık dünyaca kabul edilen ve sosyal olarak nitelendirilen bir problemdir. Teknolojide yaşanan gelişmeler, sosyal refah düzeyindeki yükselişle beraber yaşlı nüfusuda artmıştır. Fakat teknolojik gelişmeler aynı zamanda bireylerdeki yalnızlık düzeyini de artırmaktadır (Akgül ve Yeşilyaprak, 2018, s. 20).

Yaş aldıkça yalnızlık düzeyinde artma meydana gelmektedir. Yaşlı bireylerin yalnızlığa sürüklenme nedenlerini şu şekilde sıralayabiliriz;

1. Yaşlı bireyin yakın çevresindeki insanların vefat etmesi veya evlatlarının evden ayrılmaları,
2. Emekliliğe ayrılmak ve bununla beraber gelir düzeyindeki azalış,
3. Kendi yaşam alanlarından ayrılarak bakım kurumlarında yaşamaları,
4. Yaşlılık dönemine kadar edindiği rollerin değişmesi veya yerine yenilerini koyamama,
5. Sağlık açısından sorunlar yaşanması (Büker ve Uludağ, 2010, s.57; Dereli, vd., 2010, s.93; Öz, 2010, s.184) şeklinde sıralanabilir.

### **1.10.1.Yaşlılıkta Yalnızlığın Nedenleri**

Yaşlılıkta yalnızlığın sebeplerini; bireysel, toplumsal ve kültürel, aile ve sosyal faktörler, yaşadıkları olaylar, yaşlılık dönemine ait fiziksel faktörler etkilemektedir. Bu faktörleri inceleyecek olursak;

#### **1.10.1.1. Yaşlılıkta Yalnızlığa Neden Olan Bireysel Faktörler**

Yaşlılık döneminin evrensel özellikleri mevcuttur. Fakat bu özelliklerin yanı sıra bireylerin kendi bireysel özelliklerince yaşlılık döneminde farklılıklara rastlanabilmektedir. Örneğin, diğer bireylere karşı olan güven sorunu, bencilce düşünceler, sadece kendisine değer verme gibi bireysel özellikler bireylerdeki yalnızlık düzeyini arttırmaktadır (Krause, 1991, s. 187).

Kadınlarla erkekler kıyaslandığı zaman kadınlarda yalnızlık düzeyinin daha fazla olduğu görülmektedir. Farklı ülkelerden, 60 yaş ve üzeri olan kadınlar arasında yapılan 149 araştırma sonucunda kadınların erkeklere kıyasla yalnızlık düzeylerinin daha fazla olduğu ortaya çıkmıştır (Pinquart ve Sorenson, 2000, s. 240). Rokach (2000) yaptığı çalışmada da yaşlı kadınların erkeklere kıyasla yalnızlık düzeylerinin daha fazla olduğu saptanmıştır (Rokach, 2000, s.69). Bunun temel nedeni kadınların yaşam sürelerinin erkeklerden daha uzun olmasıdır (Gündüz, 2013, s. 136).

Çocuk sahibi ve evli olmayan yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri evli ve çocuk sahibi olanlara kıyasla yüksektir. Aynı zamanda fiziksel ve psikolojik olarak sağlık açısından problemleri olan yaşlıların yalnızlık düzeylerinde yüksek olduğu görülmektedir (Cacioppo vd., 2010, s.67).

Yaş, cinsiyet, okuryazar olup olmama, gelir memnuniyet düzeyi, yaşamdan alınan doyum, sağlık problemleri, psikolojik rahatsızlıklar, bakış açısının olumsuz olması, çevre ile etkileşim azlığı, sosyal hayata aktif katılım sağlayamamak, beslenme bozuklukları, yaşlanma sürecine dair olumsuz düşünceler, emeklilik dönemi ile beraber oluşan işe yaramama duygusu, inanış biçimleri yaşlı bireylerde yalnızlığı etkileyen bireysel özelliklere örnek verilmektedir (Treacy vd., 2004, s. 159-161).

#### **1.10.1.2. Fiziksel Sağlık Faktörleri**

Bu bölümde, yaşlıların, yalnızlık düzeyleri üzerinde etkili olabilecek fiziksel sağlık faktörleri (kronik hastalık ve durumlar, geriatrik sendromlar ve bozukluklar, fonksiyonel durum, duygusal bozukluk) içermektedir.

**Kronik Hastalık ve Durumlar:** Tüm yetişkinlerin yaklaşık yüzde 60'ı ve 65 yaş ve üstü yetişkinlerin yaklaşık yüzde 80'i en az bir kronik hastalığa (örneğin kalp hastalığı, diyabet, kanser, felç) sahiptir ve yüzde 77'sinin en az iki kronik hastalığı vardır (CDC, 2019). Araştırmalar, bazı kronik hastalık ve durumların yalnızlık için risk faktörleri olabileceğini göstermektedir. Örneğin, kardiyovasküler hastalık ve inmenin yalnızlık ve ayrıca düşük sosyal destek riskini artırabileceğine dair sağlam kanıtlar vardır (Patterson ve Veenstra, 2010, s.181). Tersine, serebrovasküler veya kardiyovasküler hastalığı olan kişilerin yalnız olmaları durumunda daha kötü sonuçlara sahip olabileceğini gösteren araştırmalar da vardır (Lofvenmark vd., 2009, s.251). Yaşlılıkta yalnızlığı etkileyebilecek diğer özel durumlar arasında Parkinson hastalığı, multipl skleroz, kanser ve omurilik yaralanması yer almaktadır (Buhse, 2015, s. 335; Deckx vd., 2014, s.467; Newman vd., 2016, s.411).

**Geriatrik Sendromlar:** Geriatrik sendromlar arasında düşme, uyku bozukluğu, demans, depresyon, bası yaraları ve kırılabilirlik yer almaktadır (Soysal ve Işık, 2020, s.162). Spesifik hastalıklara ek olarak, geriatrik sendromlar, ilgili utanç ve damgalanmanın bir sonucu olarak veya iletişim veya bilişsel süreçlerdeki eksiklikler, sınırlı işlevsel yetenekler veya hareket kabiliyetindeki bozulma nedeniyle yalnızlığı artırabilir. Örneğin, ağız sağlığıyla ilgili yaşam kalitesi, muhtemelen utanç veya damgalanma nedeniyle yaşlı yetişkinler arasında yalnızlık için bağımsız bir risk faktörüdür (Rouxel vd., 2017, s.103).

**Fonksiyonel Durum:** Yaşlı bireylerin aktivitelerini uygulayabilme kapasitesini temsil eder. Yaşlılarda fonksiyonel yetersizlik sık karşılaşılabilen bir durumdur. Yaşa bağlı

değişiklikler, sosyal faktörler veya hastalıklar nedeniyle gelişebilir. Kas-iskelet sistemi hastalıkları, diyabet, inme ve duyuşsal bozukluklar gibi kronik hastalıklar fonksiyonel kısıtlamanın başlayacağıının önemli göstergeleridir (Olgun, 2016, s.186).

Fonksiyonel durum, yaşlılıkta yalnızlık ile çift yönlü olarak birbiriyle ilişkilidir. Örneğin; yalnızlık, işlevsel durumdan bağımsız olarak uzun süreli bakıma kabulü öngörür (Hanratty vd., 2018, s.898). Düşme korkusu nedeniyle aktivitelerini kısıtlayan veya evden çıkmaktan kaçınan yaşlı yetişkinler, yalnız kalma risklerini artırabilir (Parry vd., 2016, s.199).

**Duyusal Bozukluk:** İşitme kaybı yalnızlığa katkıda bulunur (Davis vd., 2016, s. 258; Ramage-Morin, 2016, s.8). Hem öz bildirim hem de nesnel bir ölçümle ölçülen işitme kaybı, özellikle işitme cihazı kullanmayan bireyler arasında yalnızlık ile ilişkilendirilmiştir (Mick ve Pichora-Fuller, 2016, s. 196). İşitme kaybı, daha geniş bir iletişim zorluğu kategorisine katkıda bulunur ve bu tür bir zorluğun genellikle çok faktörlü nedenleri vardır. İletişim bozuklukları, düşük sosyal katılım ve daha yüksek yalnızlık oranları ile ilişkilendirilmiştir (Palmer vd., 2016, s. 137).

### 1.10.1.3. Psikolojik, Psikiyatrik ve Bilişsel Faktörler

Psikolojik belirtiler, sendromlar ve stresörlerin tümü, bir bireyin yalnızlık yaşamasını veya sosyal olarak izole olmasını etkileyebilir.

**Kaygı ve depresyon:** Yalnızlık, depresif ve anksiyete bozukluğu olan yaşlı yetişkinlerde, depresif olmayan ve endişeli olmayan akranlarına göre daha yaygındır (Evans vd., 2018, s.228; Lim vd., 2016, s.624). Majör depresyon, yaygın anksiyete bozukluğu ve sosyal anksiyete bozukluğu gibi psikiyatrik bozuklukların yalnızlık geliştirme riskini artırdığı gözlemlenmiştir (Domènech-Abella vd., 2019, s.385; McHugh Power vd., 2020, s. 113). Yalnızlık, artan sosyal izolasyonla (muhtemelen yalnız bireylerin olumsuz sosyal önyargıları ve kaçınma özelliklerinden dolayı) ve zaman içinde daha yüksek depresyon ve kaygı oranlarıyla ilişkilendirilmiştir (Cacioppo vd., 2010, s. 456).

Depresyon ve yalnızlık arasındaki ilişki çift yönlüdür ve bu yapılar yakından ilişkilidir. Bazı yaşlı erişkinlerde depresyona, yüksek düzeyde yalnızlık, düşük sosyal destek ve daha az sosyal bağlantı dahil olmak üzere sosyal işlev ve refahta geniş eksiklikler eşlik eder (Barger vd., 2014, s. 273; Domènech-Abella vd., 2017, s. 386).

Diğer yaşlı erişkinlerde depresyon, sosyal ağ boyutu, sosyal destek düzeyi veya kişilik özellikleri ve bilişsel işlev gibi bireysel faktörlerle ilgisi olmayan yüksek düzeyde yalnızlık ile ilişkilendirilmiştir (Evans vd., 2019, s. 1694; Peerenboom vd., 2015, s.28).

**Bilişsel İşlev ve Demans:** Sosyal geri çekilme ve sosyal işlevdeki diğer değişiklikler, Alzheimer hastalığı, frontotemporal demans, Parkinson hastalığı ve Lewy vücut demansı gibi nörodejeneratif bozukluklarda demansın tanınan özellikleridir (McKhann vd., 2011, s.265).

#### **1.10.1.4. Sosyal ve Kültürel Faktörler**

Bu bölüm, insanların çevreleriyle nasıl etkileşime girdiklerini yalnızlık yaşadıklarını etkileyebilecek toplumsal ve kültürel faktörler; sosyal destek özelliklerini (medeni durum ve aile, arkadaşlar veya evcil hayvanlarla ilişkilerin kalitesi dahil) ve yıkıcı yaşam olaylarının (yas, hastalık ve emeklilik dahil) oluşumunu içermektedir.

**Sosyal Destek Özellikleri:** Gelenekler, yaşam tarzları ve değerler de dahil olmak üzere bir toplumun çeşitli özellikleri, bireyin aile üyeleri, arkadaşlar veya tamamen yabancılarla günlük etkileşimlerini etkileyebilir ve insanların hayatlarını nasıl yaşadıklarını ve toplumdaki yerlerini nasıl algıladıklarını etkileyebilmektedir (Cohen-Mansfield vd., 2016, s.561).

**Sosyal Destek Ağlarının Etkisi:** Bireylerin sosyal destek ağları, çevreleriyle nasıl etkileşime girdiklerini ve çevrelerini nasıl algıladıklarını doğrudan etkiler. Bir kişinin ağını oluşturan bireyler (örneğin, aile üyeleri, arkadaşlar, bakıcılar, eş ve komşular) kişinin hayatında önemli roller oynayabilir ve kişinin yalnızlık yaşama şansını azaltabilir. Destekleyici ilişkiler kişinin bildirdiği yalnızlığı azaltabilirken, zor veya doyumsuz ilişkiler yalnızlık duygularını artırabilir (Shiovitz-Ezra ve Leitsch, 2010, s.160).

**Aile ve Evlilik:** Aile, yaşlı yetişkinler için önemli bir sosyal destek kaynağı olabilir, sosyal ve duygusal bağ kurmanın yanı sıra bireyin finansal ve fiziksel refahına katkıda bulunabilir. Ailesi olmayan bireyler, daha yüksek oranda yalnızlık yaşamaya daha yatkındır (Verdery ve Margolis, 2017, s. 11109).

Yakın aile bağları genellikle sosyal, ekonomik, fiziksel ve diğer destek biçimlerinin kaynağı olduğundan, diğer aile üyeleriyle olan ilişkiler de bireyin yalnız kalma olasılığını etkileyebilir. Diğer sosyal ilişkilerde olduğu gibi, yakın aile

bağlarından sağlanan desteğin miktarı, aile üyeleri arasındaki mesafeye, kişilerarası temas miktarına ve her kişinin duygusal ve kişisel olarak yatırım yapma isteğine bağlı olarak değişmektedir (Verdery ve Margolis, 2017, s. 110).

Yetişkin çocukların varlıkları, sosyal izolasyon veya yalnızlık için her derde deva olmasa da ebeveynlere bir ölçüde destek sağlayabilir ve yalnızlıklarını azaltabilmektedir (Nicolaisen ve Thorsen, 2017, s.136).

**Tek Yetişkinler:** Bekar yetişkinler- evli olmayan, dul veya boşanmış- sosyal izolasyon veya yalnızlık düzeyleri, partnerleri olan yaşlı yetişkinlerden farklı olabilir. Bekar yetişkinlerin kaderi yalnız olmaya mahkûm olmamakla birlikte, güvenilir bir sırdaşın olmaması veya bir partnerin olmaması veya kaybedilmesi gibi faktörler nedeniyle bu popülasyonda yalnızlık duyguları daha yaygın olabilir (Paúl ve Ribeiro, 2009, s. 57).

Koşullar ne olursa olsun, bekar yaşlı yetişkinler yalnız yaşamaya daha yatkındır, bu da onları birlikte yaşayan insanlardan daha yalnız ve izole hale getirebilir (Finlay ve Kobayashi, 2018, s.27; Perissinotto ve Covinsky, 2014, s.1430).

**Arkadaşlar ve Komşular:** Aile bireylerinden farklı olarak, bireylerin kiminle arkadaş olacağı konusunda seçimleri vardır ve bu aile dışı ilişkiler yalnızlığı etkileme potansiyeline sahiptir. Genellikle arkadaşlıklar, benzer ilgi alanları, etkinlikler, hobiler, deneyimler veya inançlara sahip bireylere dayanır ve muhtemelen aynı akran grubundaki insanlar arasında meydana gelir (Ha vd., 2019, s.64). Yalnızlık duyguları, güvenilebilecek arkadaşlara sahip olarak en aza indirilebilir (Henning-Smith vd., 2019, s.543).

**Sevilen Birinin Kaybı:** Çocuk, kardeş, eş, partner veya yakın arkadaş kaybı yalnızlık duygularına yol açar ve bazı durumlarda bu duygular yaşlı bireylerin sosyal olarak geri çekilmesine, izole olmasına veya depresyona girmesine neden olabilir. Ayrıca yaşlı bireyin erken ölüm riskini etkileyebilir (Fried vd., 2015, s.260). Yas tutma ile ilişkili semptomların kapsamı, ölümün nedenine, meydana geldiği zamana, ölümün meydana geldiği bağlama ve yas tutan kişinin ölen kişinin alışkanlıklar veya yaşam tarzı yoluyla ölümünü hızlandırmış olabileceğine inanıp inanmadığına bağlı olarak değişebilir (Carr, 2009, s.364).

**İstihdam ve Emeklilik:** Yaşlılık, zihinsel veya fiziksel bozukluklar meydana getirmektedir. Bu durum yaşlı bireyin iş yaşamını sürdürmek için gerekli görevleri yerine getirmesini imkânsız kılan işlevsel sınırlamalar ortaya çıkarmaktadır. Yalnız olmak aynı zamanda depresyona neden olabilir, bu da daha sonra işlevsel sınırlamalara ve ardından iş sakatlığına yol açabilmektedir (Holtslander vd., 2017, s. 49).

#### **1.10.1.5. Yaşlılıkta Yalnızlığa Neden Olan Yaşam Olayları ve Durumları**

Yaşlı bireyler sosyal, ekonomik, zihinsel, fizyolojik ve ruhsal açıdan başka bireylere bağımlı olabilmektedirler. Diğer bireylere bağımlılığı artan yaşlı sosyal hayattan izole olmakta, toplum içerisindeki ilişkileri azalmakta ve yalnızlığı daha çok hissetmektedir (Akçay, 2015, s. 92).

Yaşlılık ile beraber gelen kayıplar, yakınların vefat etmesi yalnızlık üzerine etkisi fazladır. Yakın çevresinden dostlarının veya eşinin vefat etmesi yaşlı bireyde psikolojik olarak yıkım oluşturur. Kaybettiği kişilerin yerine koyabileceği kimsenin kalmaması, yaşlı bireyde yalnızlık duygusunu daha da tetiklemektedir (Koç, 2002, s. 290).

Yaşlılık döneminde; yaşlının yakın çevresinde meydana gelen kayıplar, çocukların evden ayrılışı, yakın bireylerin vefat etmesi, gelir durumundaki azalmalar, emeklilik, kurum evlerinde kalma, statü ve rollerde kayıpların yaşanması, başka bireylere bağımlı yaşama, yaşlı bireye yönelik şiddet ve istismar gibi durumlar yalnızlık duygusunu etkileyen yaşam olayları ve durumları olarak değerlendirilmektedir (Karataş, 2000, s.87).

#### **1.10.2. Yaşlılıkta Yalnızlığın Belirtileri**

Yaşlılıkta yalnızlığın belirtileri (Akbaş vd., 2020, s. 4545);

- Beslenme alışkanlığının değişmesi, kilo alma ya da verme,
- Uyku düzeninde bozulmalar, fazla uyuma ya da uykusuzluk,
- Önemsizlik duygusu,
- Sırt, bel, bacak vb. bölgelerde oluşan psikosomatik ağrılar,
- Amaçsız, anlam ifade etmeyen ve tek başına yapılan aktivitelerde artış (sürekli alışveriş yapma, amaçsız uzun süre televizyon seyretme),
- Alkol ve ilaç kullanımında artış,
- İntihar denemeleri,

- Bedenin genel duruşunda değişimler (Omuzlar düşmüş, dudaklar aşağı kıvrılmış, yavaş adımlarla acı çekermiş gibi yürüme vb),
- Umutsuzluk,
- Amaçsız kalmak, yaşamdan çekilmek, ilgisiz olmak ve sessizleşmek

şeklinde sıralanabilir. Bu belirtiler dikkate alınarak yaşlı bireylerin yalnızlık durumu saptanmaktadır.

### **1.11.Yaşlılıkta Yalnızlığın Boyutları**

Yalnızlık kavramı genel olarak insanoğlunun kaçındığı, yüz yüze gelmek istemediği bir durumdur (Tükel, 2016, s. 39). Tüm insanların yaratılışında iletişim kurma içgüdüleri mevcuttur. Bu nedenle her insan yalnızlıkla baş başa kaldığında bu durumdan rahatsızlık duymaktadır. Yalnızlık bireysel yaşamın ve bireyselliğin yaygın olarak ortaya çıktığı sanayileşmiş toplumlarda daha çok görülmektedir (Burger, 2006, s. 478).

Yalnızlık, sebebine ve belirtilerine göre farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Derin yalnızlık, birlikte gelen depresif bir durumla açıklanır. Birey kendisinin ait olduğu bir toplum, grup bulamazsa bu durum toplumsal bağlantılı yalnızlık olarak nitelendirilir. Çevresindeki bireyler ile yakın ilişki kurulamayan yalnızlık türü ise duygusal yalnızlık olarak belirtilmektedir (Yaşar, 2007, s. 238).

Yalnızlığın etkisi bireyden bireye farklılaşmaktadır. Kimi insan çevresinden uzak durmayı, yalnız kalmayı severken kimi insan çevresi kalabalık iken bile kendisini yalnız hissedebilmektedir. Örneğin sosyal medyada birçok arkadaşı olan bir kişi yine de kendisini yalnız olarak tanımlayabilmektedir. Sosyal medya yalnızlık tanımlamasında ayrı bir faktördür. Bireylerin yalnızlık durumuna verdiği hassaslık düzeyide farklılaşmaktadır. Yalnız olduğu halde bu durumu fark etmeyen insanlarda mevcuttur (Burger, 2006, s. 479).

Yukarıda bahsedildiği gibi, yalnızlık durumu iki farklı şekilde ele alınabilir. Birincisi, fiziksel bir durum olarak tanımlanır. Yani çevresinde somut manada insanların olmamasıdır. İkincisi ise psikolojik ve duygusal boyutudur. Kişi kalabalıklar içerisinde bile olsa kendisini yalnız olarak değerlendirebilmektedir (Seçim vd., 2014, s. 201). Yalnızlık tanımı kültürden kültüre görece farklılıklar göstermektedir. Doğu kültüründe yalnızlık; tek başına olma durumu, sosyal destek durumunun olmayışı olarak değerlendirilmektedir. Akdeniz ve batı kültüründe ise yalnızlık; birey olma, kendi



kendine yeterli hale gelmek, özgürleşme olarak değerlendirilmektedir (Erten, 2001, s. 29).

### **1.11.1.Yaşlılıkta Yalnızlığın Yaşam Üzerine Etkileri**

Yaşlı insanlar arasındaki yalnızlık ciddi bir halk sağlığı sorunu haline gelmiştir. Yalnızlık, genel olarak, bireyin sosyal etkileşim eksikliği veya zayıf sosyal ilişkiler algısı nedeniyle tecrit edilmiş veya yalnız kalmaktan kaynaklanan öznel bir sıkıntı hissi olarak tanımlanmaktadır (Hawkley vd., 2005, s. 798).

Sosyo-demografik özelliklerin, fiziksel ve psikososyal sağlık durumunun yaşlı insanlar arasında yalnızlığa katkıda bulunduğunu göstermektedir. Yalnızlıkla ilişkili yaygın sosyo-demografik faktörler yaş, cinsiyet, yaşam koşulları, medeni durum, sağlık durumu, sosyal ilişki ve maddi durumdur. Yalnızlık, düşük kişisel sağlık değerlendirmesi ile ilişkilendirilmiştir (Arslantaş vd., 2015, s. 48).

Yapılan araştırmalar sağlıkları zayıf olan yaşlı yetişkinlerin daha yüksek düzeyde yalnızlık hissi yaşadıklarını, kendilerini sağlıklı olarak algılayan yaşlı yetişkinlerin nadiren yalnızlık duyguları yaşadıkları görülmektedir (Seppänen vd., 2011, s. 164).

Yalnızlık aynı zamanda yaşam durumuyla, yalnız yaşayan ve sağlıkları zayıf olan yaşlı insanların yalnız hissetme riskinin artmasıyla da ilişkilidir. Yalnızlık, kronik hastalıklar ve boş zaman aktivitelerinde eksiklik ile güçlü bir şekilde ilişkili olduğundan, yaşlı yetişkinlerin yaşam kalitesi üzerinde olumsuz bir etkisi olabilir (Arslantaş vd., 2015, s. 48-49). Kronik hastalıkları olan yaşlı yetişkinler, uzun süreli ilaçlar kullanma eğilimindedir. Sosyal izolasyon ve yalnızlığın ilaç uyumu üzerinde olumsuz dolaylı bir etkiye sahip olduğunu, sosyal destek ve yalnızlığın ise sosyal izolasyon ve ilaç kullanımı arasındaki ilişkiye tam olarak aracılık ettiğini göstermiştir (Eloranta vd., 2014, s. 259).

Bir kişinin telefon kullanabilmesi, alış-verişe çıkabilmesi, yemek hazırlayabilmesi, çamaşır yıkayabilmesi, evinin temizliğini yapabilmesi, mali durumlarına dikkat edebilmesi, ulaşım araçları kullanabilmesi ve ilaçlara bağlı kalabilmesi, sosyal olarak işlev görme yetenekleriyle yakından ilgilidir ve bu becerilerin gelişmesi için bağımsız kalma yeteneklerine ihtiyaçları vardır. Bireyin fiziksel durumunu tehlikeye atabilecek kronik hastalıklar, o kişinin bağımlılığını artırabilir ve yeteneklerini azaltabilir (Luo ve Waite, 2014, s. 643). Cinsiyet, yaş, okuryazarlık

düzeyleri ve sosyo-kültürel katılım gibi diğer faktörler, bir kişinin günlük yaşamdaki yeteneklerini etkileyebilmektedir (Şahin ve Arpacı, 2015, s. 1357)

## 2. BÖLÜM

Çalışmanın bu bölümünde sosyal medya kavramı, sosyal medya kullanımına ilişkin istatistikler, sosyal medya kullanımının avantajları ve dezavantajları, sosyal medya araçları, yaşlılarda sosyal medya kullanımının önemi, yaşlılarda sosyal medya kullanımının algılanan sosyal desteğe, yalnızlığa ve yaşam doyumuna etkisine değinilecektir.

### 2.1. Sosyal Medya Kavramı

Günümüzde “Sosyal Medya” terimi yerine “Sosyal paylaşım siteleri”, “Sosyal ağ” ve “Sosyal web” kavramları da ikame edebilmektedir. Sosyal medya, bu kavramlardan en uygun olanıdır (Olgun, 2014, s.486). Aynı zamanda sosyal medyanın en kapsamlı tanımı; ağlar kullanılarak kişi bazlı girdilerin oluşturulmasına olanak sağlayan, bu özelliği ile her an bağlanılan, insanları etkileşim haline koyan ve bilgi paylaşımına olanak sağlayan internet alt yapıları uygulamalarıdır (Sönmez, 2016, s.3).

Sosyal medya teriminin yaygınlık kazandığı süreç içerisinde sosyal medyanın sosyalleşme amacının dışında değişik amaçlarla kullanımı tanımında da farklılaşma yaratmaktadır. Farklı tanımlamaları yapılmış olsa da genel olarak sosyal medya, derin sosyal etkileşimlere olanak sağlayan ve yeni teknolojilerin üzerine inşa edilmiş web platformları olarak nitelendirilebilmektedir. Sosyal medyanın kuruluş amaçları arasında insanların topluluk oluşturması ve iş birliği projelerinin gerçekleştirilmesi yer almaktadır. Sosyal medya sosyal boyutuyla birlikte kullanım açısından ön plana çıkmakta ve halen yaygınlaşmaya devam etmesi açısından web platformlarının en popüler kullanım alanını oluşturmaktadır (Erdemir, 2017, s.3).

Web tabanlı platformlarda çalışanların belirli meslektaşları ile veya organizasyon içerisindeki herkesle mesajlaşarak iletişime geçebilmesi, belirlediği kişileri kendi adres grubu/rehberine ekleme/çıkarma yapabildiği, gönderilen ve alınan mesajlar üzerinde ekleme, çıkarma, düzenleme, bağlantı adresi paylaşabilme faaliyetlerini istediği yer ve zamanda, dilediği gibi yapabilme olarak da ifade edilebilir (Yücesoy, 2017, s. 19). Sosyal medya bireylerin yeni dönem sosyalleşme ortamı olarak nitelendirilmektedir (Elbaşı, 2015, s. 26).

Sosyal medya kavramı, insanlar arasındaki etkileşimi sağlayan ve karşılıklı duygu, düşünce ve bilgi paylaşımına olanak sağlayan web siteleriyle birlikte çevrimiçi

uygulamaları içinde kullanılır (Sayımer, 2008, s. 123). Bu web tabanlı uygulama alanında kişiler oluşturdukları profilleri kullanarak bağlantılar paylaşabilmekte ve diğer kullanıcıların da aynı şekilde profillerini ve açık paylaşımlarını görebilmektedirler (Boyd ve Ellison, 2007, s. 211). Farklı bir tanımla sosyal medya, hazırlanan içeriklerin interaktif şekilde kullanıcılar arasında paylaşım imkân sağlayan web siteleri ve uygulamalardır (Sayın vd., 2017, s. 440). Oluşturulan içerikler kişiler tarafından oluşturulan ağlar içinde tartışma listeleri, bloglar veya profiller aracılığıyla diğerlerine aktarılmaktadır (Dara, 2013, s. 7).

Sosyal medya, kullanıcıların ağlarındaki kişiler ile etkileşim halinde bulunmaları için genel veya özel bir profil oluşturmalarına olanak tanıyan çevrimiçi iletişim aracıdır. Her kullanıcıya açık hale getirilmiş olan haberler, fotoğraflar, videolar ve kullanıcılar tarafından oluşturulmuş olan çeşitli içerik türlerinin bir sistem içerisinde paylaşılması sosyal medyanın bir başka tanımı olarak kabul edilmektedir (Boyd ve Ellison, 2007, s. 210).

Alanyazında yapılan farklı tanımlarına baktığımızda Comm (2010, s. 2)'e göre sosyal medya izleyiciler tarafından oluşturulan içeriklerin sunulduğu katılımcı medyadır. Evans (2010, s. 33)'a göre ise sosyal medya kullanıcılar tarafından seçilen haber, resim ve videoların web siteleri veya uygulamalar aracılığıyla çevrimiçi platformlarda paylaşılmasıyla oluşan alanlardır.

Günümüzde sıkça ismini duyduğumuz sosyal medyanın genel bir tanımını yapacak olursak; “kullanan bireylerin diğer kullanıcı bireylerle çevrimiçi olarak fotoğraf, içerik, haber, video, bilgi, eğlence içerikleri paylaşmasına yarayan web sitelerine verilen ortak isimdir“ şeklinde tanımlanabilir (Baycan, 2017, s. 63).

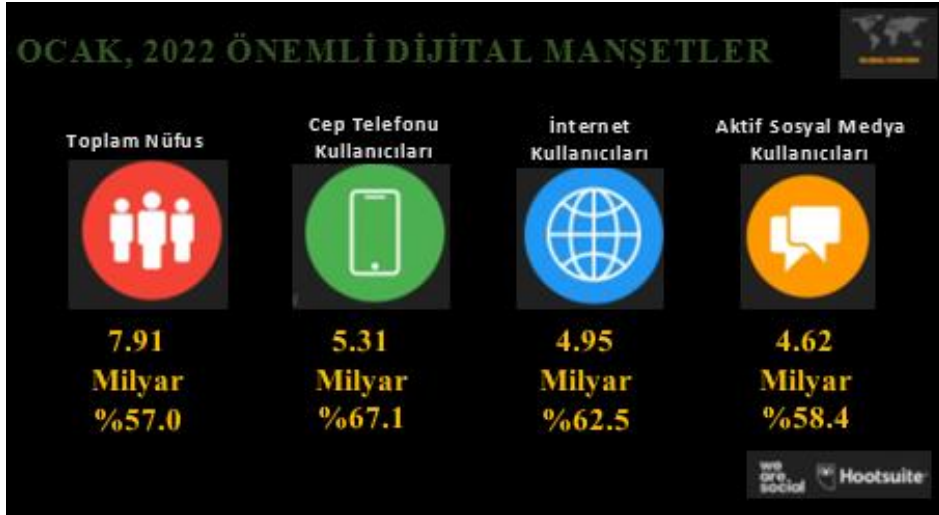
Yeni medya araçları arasında en popüler araçlar sosyal medya uygulamalarıdır. Sağladığı imkân ve fırsatlar açısından hem kullanıcılar hem de firmalar öncelikle sosyal medya kullanımını tercih etmektedir (Olgun, 2014, s.7). Firmalar açısından ürün ve hizmetlerin tanıtımı ve pazarlama gibi işlerde zaman ve kullanım kolaylığı sağlaması, sosyal medya tercihinde önemli rol oynamaktadır. Tüketiciler açısından bakıldığında bilgilenme açısından kolaylığının yanında diğer kullanıcılara ait yorumlara ulaşabilmeleri nedeniyle faydalı görülmektedir (Güçdemir, 2012, s. 35).

## 2.2. Sosyal Medya Kullanımına İlişkin İstatistikler

We Are Social ve Hootsuite tarafından yayınlanan Dijital 2022 Küresel Genel Bakış Raporu, COVID-19 salgınıyla birlikte internet ve sosyal medya kanallarının kullanımının dünyada nasıl değiştiğini göstermektedir. Raporda 16-64 yaş aralığında olup, interneti aktif olarak kullananların verileri analiz edilmiştir. 2022 raporu, sosyal medya, e-ticaret ve video oyunlarının geçtiğimiz 12 ayda insanların hayatlarının daha da önemli bir parçası haline geldiğini ortaya koymaktadır (Kemp, 2022).

### 2.2.1. Sosyal Medyanın Dünya’da Kullanımı

Dünya’da sosyal medya kullanım istatistiklerine bakıldığında Dijital 2022 raporuna göre, 2022 Ocak ayında sosyal medya kullanıcı sayısı dünya çapında 4,62 milyardır. Bu rakam, dünya nüfusunun yüzde 58,4’üne eşittir (Kemp, 2022).



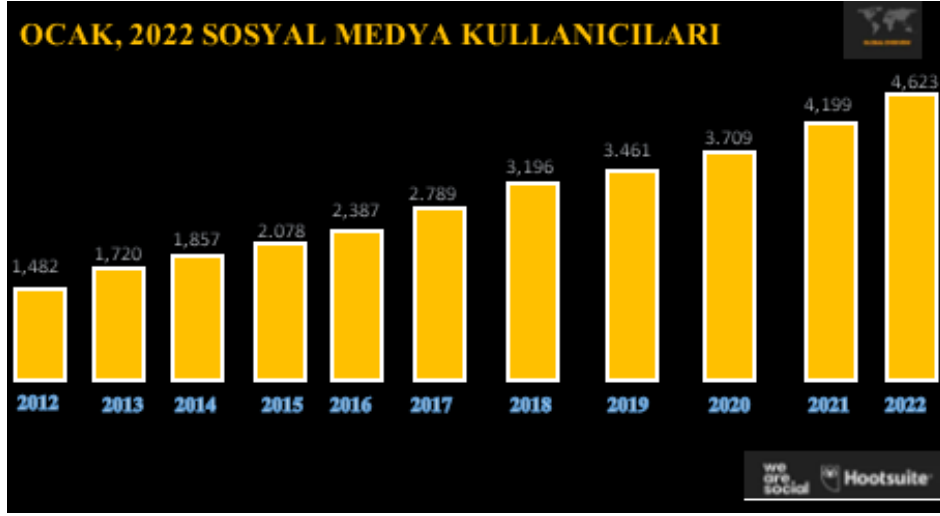
Şekil 2.Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri, 2022

**Kaynak:** [www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/](http://www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/)

Rapor, teknolojinin hayatımızdaki önemini bir kez daha ortaya koymaktadır ve internet, sosyal medya, e-ticaret, video oyunları gibi içeriklerinde ne kadar arttığını göstermektedir. Rapora göre dünya nüfusu yılda %1’lik büyüme oranı ile toplamda 7,91 milyar olmuştur. Küresel internet kullanıcıları, 2022 yılı başında 4,95 milyara yükselmiştir ve bu rakam şu anda toplam dünya nüfusunun %62,5’ini oluşturmaktadır.

Dünyada mobil cihaz kullanımı 5,31 milyara ulaşmıştır ve bu rakam dünya nüfusunun %67,1’ine denk gelmektedir. Aktif olarak dünya çapında 4,62 milyar sosyal

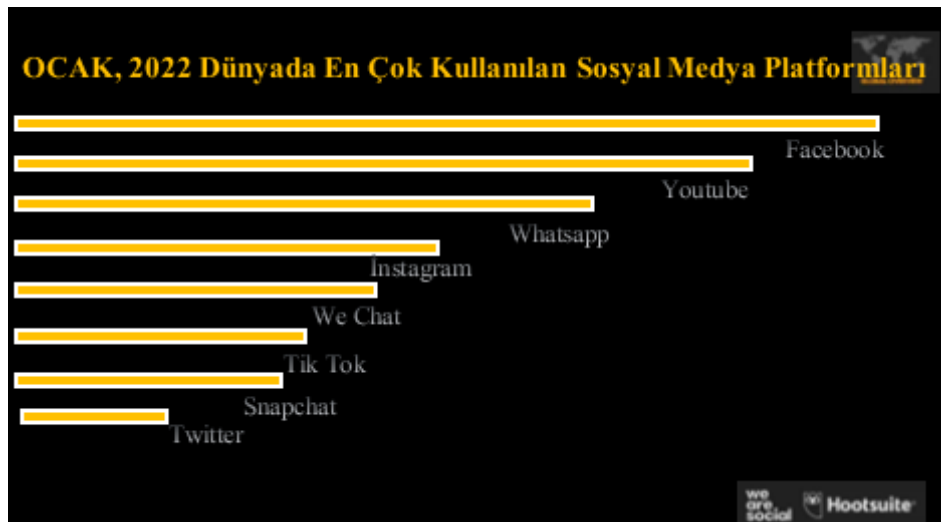
medya kullanıcısı bulunmaktadır. Bu rakam, geçtiğimiz 12 ayda 424 milyon artarak yıllık %10'un üzerinde büyüme sağlamıştır.



Şekil 3. Dünya'da Sosyal Medya Kullanım Verileri, 2022

**Kaynak:** [www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/](http://www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/)

Covid-19'un etkisiyle beraber internet ve sosyal medya kullanımını artmıştır. 2021 Ocak ayından 2022 Ocak ayına kadar sosyal medya kullanıcı sayısı ise %10,1 artış göstermiştir. Raporla göre; 2022 yılında her gün 1 milyondan fazla yeni kullanıcı sosyal medyaya katılmıştır. Bu da saniyede yaklaşık 13.5 yeni kullanıcıya denk gelmektedir.



Şekil 4. Dünyada En Çok Ziyaret Edilen Siteler, 2022

**Kaynak:** [www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/](http://www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/)

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere facebook her zaman olduğu gibi en çok kullanılan sosyal mecralar arasında yer almaktadır. Arkasından youtube gelmektedir.



**Şekil 5. İnternet Üzerinden Haftalık Alışveriş Verileri, 2022**

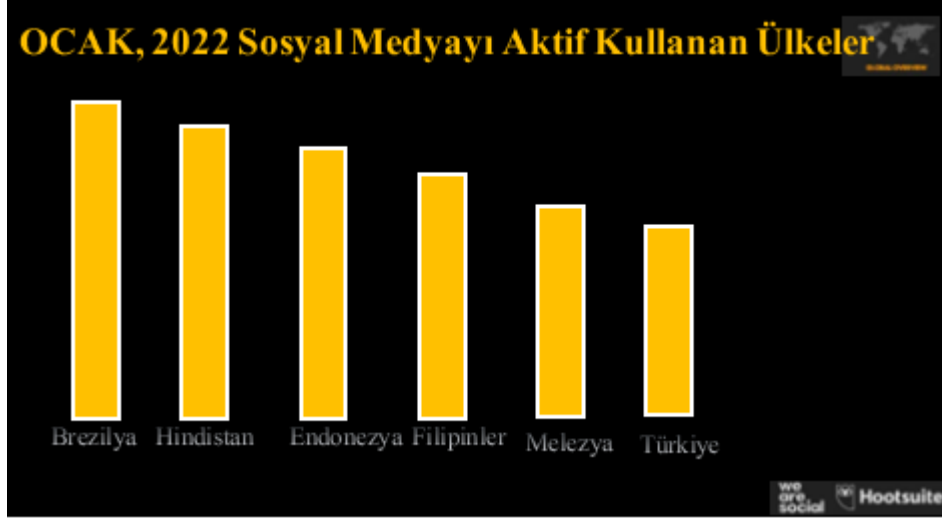
**Kaynak:** [www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/](http://www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/)

2022'deki önemli olaylardan biri, COVID-19 salgınının tüm dünyadaki tüketicileri çevrimiçi alışverişe yönlendirmesiyle e-ticaretin yükselişidir. Dünya çapında, 16-64 yaş arası internet kullanıcılarının yaklaşık %58,4'ünün her hafta çevrimiçi alışveriş yaptıkları görülmektedir.

Raporda da gözler önüne serildiği gibi COVID-19 ile beraber birçok alışkanlığımız değişmekte ve daha da fazla internet ve sosyal medya kullanımına yönelmiş bulunmaktayız.

### 2.2.2. Sosyal Medyanın Türkiye'de Kullanımı

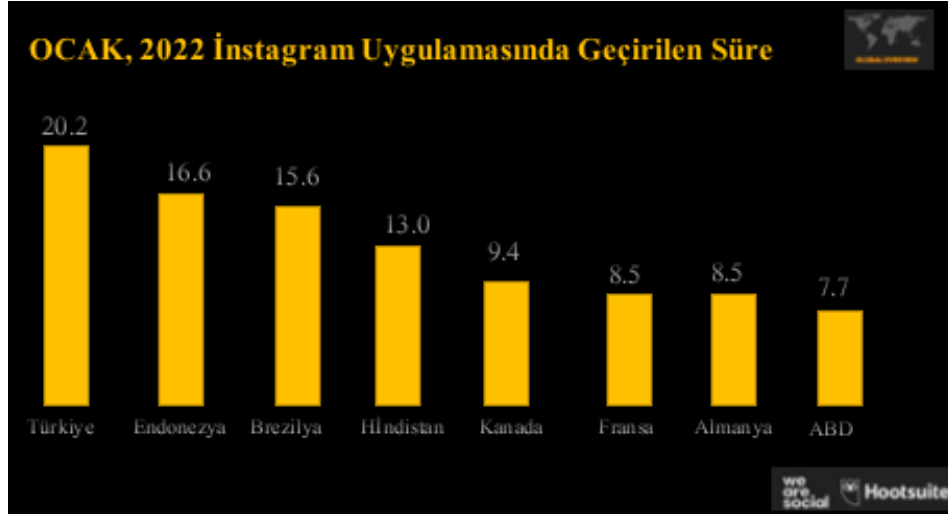
Sosyal medya günümüzde en önemli toplumsal iletişim aracı olmuştur. Dünyada 3 milyardan fazla birey sosyal medya hesabını aktif bir şekilde kullanmaktadır. Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube gibi sosyal medya platformları 2022 yılı raporlarında en çok kullanılan siteler olarak öne çıkmaktadır.



**Şekil 6. Sosyal Medyayı Aktif Kullanan Ülkelerin Sıralaması, 2022**

**Kaynak:** [www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/](http://www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/)

We Are Social 2022 raporuna göre Türkiye, tüm dünyada sosyal medyayı en aktif kullanan 6. ülke sayılmaktadır.

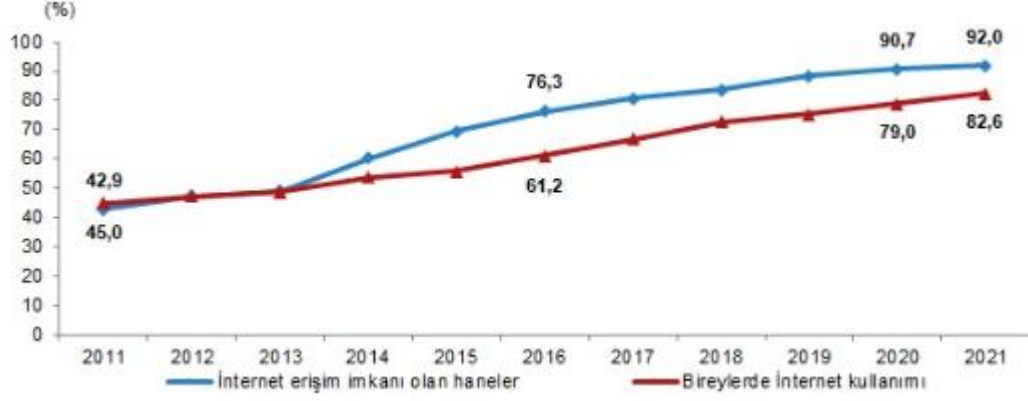


**Şekil 7. Instagramda En Çok Vakit Geçiren Ülkeler,2022**

**Kaynak:** [www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/](http://www.wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/)

Sosyal medya konusunda Türkiye açısından en çok dikkat çeken veri Instagram kullanımıdır. Aylık ortalama 20 saat kullanım ile Türkiye instagram uygulamasında en çok vakit geçiren ülke olarak yer almaktadır.





**Şekil 8. Türkiye’de İnternet Erişim İstatistikleri 2021**

**Kaynak:** Türkiye İstatistik Kurumu, 2021

Türkiye internete erişim istatistiklerini incelediğimizde, internete erişim 2011 yılından 2021 yılına kadar olan 10 yıllık süreçte artmaya devam etmektedir. İnternete erişim sağlayan hanelerin oranı %92,0 olmuştur. Bireysel olarak internete erişim sağlayanların oranı ise %82,6’ya ulaşmıştır.

### **2.3. Sosyal Medya Kullanımının Avantaj ve Dezavantajları**

Sosyal medya, web teknolojisi sayesinde bireylere birtakım kolaylıklar sunan ve iletişim hızı ile aynı anda paylaşılan bilgileri takip edebilmelerini sağlayan dijital ağlardır. Birçok insan günlük hayatlarında sık sık sosyal medya hesaplarını kontrol edip paylaşımlar yapmakta ve bunu alışkanlık haline getirmektedirler (Bulut, 2015, s. 134). Bu bağlamda, sosyal medyanın bireylere ve işletmelere sunduğu bir takım avantaj ve dezavantajlar söz konusudur. Avantajlar şöyle sıralanabilir;

Sosyal medya hızlıdır ve günceldir. Resmi bir duyurunun çevrimiçi yayımlanması veya firmanın yapılan şikayetlere tepki göstermesi uzun zaman almaktadır. Facebook, Twitter gibi sosyal medya araçları ise bu ve bunun gibi benzer durumlara kısa süre içerisinde tepki verebilmektedir. Bir olay ya da durumdan tüm dünyayı haberdar etmek, sosyal medya için iletiyi yazmak ve paylaş butonuna basmak kadar kolay olabilmektedir (Ying, 2012, s. 22).

Sosyal medya ucuzdur. Maliyet gerektirmeyen sosyal medya uygulamalarında kullanıcılar hesap açmak için herhangi bir ücret ödemezler. Sosyal medyayı, çalışanlarını güdülemek amacıyla kullanan birçok firma bulunmaktadır. Bu şekilde

uygulama yapan firmaların harcadıkları sadece zaman olmaktadır (Ying, 2012, s. 22). Ayrıca internet kullanımı sayesinde müşteriler fiyatları karşılaştırma imkanına kavuşmakta ve aynı malı veya hizmeti daha ucuza bulabilmektedir (Uygur, 2007, s. 69).

Sosyal medya güvenilirdir. Uzun ve anlaşılması zor açıklama veya ilanlar yer almaz. Bu alanda kullanıcılar kişisel bakış açılarını ya da deneyimlerini dile getirmektedir. Kişiler kendileri veya firmaları hakkında sempati kazanmaya çalışır. Böylece tüketici ve firma arasında yakın bir bağ oluşturularak güven kazanılmaya çalışılır (Bostancı, 2010, s. 45).

Sosyal medya iletişimi kolaylaştırır. Sosyal medya kullanımının en önemli avantajı, kullanıcılar arasında kolaylıkla iletişim kurulmasına imkân tanır. Kullanıcılar oluşturdukları kişisel içerikleri arkadaşlarına veya herkese açık şekilde paylaşabilir. Bu yolla gruplar oluşturularak tanınmayan kişiler ile de iletişim gerçekleşmiş olmaktadır (Burgaz, 2014, s. 41-43).

Sosyal medya firma imajını iyileştirir. Danışmanların sosyal medya kullanması, işlerinde kolaylık sağlar. Sosyal medya kullanımı, ilginin de kişide veya firmada kalmasında etkilidir. Facebook veya Twitter kullanan bir firma, yapacağı paylaşımlarla Google gibi arama motorlarında firmanın üst sıralara çıkmasında önemli katkı sağlar. Bu yola firmalar daha çok tanıtma faaliyeti gerçekleştirebilmekte ve rekabet avantajı kazanma noktasında ön sıralarda yer alabilmektedir. Özellikle interneti çok sık kullanan ve dijital yerli ifadesinin karşılığı olan kullanıcıların beğenisinin kazanılması, tanınırlık ve itibar kazanma noktasında büyük yarar sağlamaktadır (Ying, 2012, s. 23).

Sosyal medyanın avantajlarının yanında bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekilde ifade edilmektedir;

Sosyal ağların web tabanlı olması sebebiyle kullanıcılar tarafından birçok kimlik bilgisine ulaşmak daha kolay hale gelmiştir (Peltekoğlu, 2012, s. 7). Kullanıcıların yaşadığı özel hayatın ihlali ve özel bilgilerin açığa çıkması sosyal medyanın en önemli dezavantajlarından biri olan güvenlik sorununu açıkça ortaya koymaktadır (Zenelaj, 2014, s. 84- 85).

Sosyal medya kullanıcıları, her gün farklı konularda sayısız içerikler üretmekte ve paylaşmaktadır. Ancak bu paylaşımlar için iyi ve uygun bir filtre yapılmaması halinde bilgi kirliliği oluşmaktadır. Bilgi almak için sosyal medyaya başvuran kullanıcılar

açısından bilgi kirliliği büyük sorun oluşturmakta, hangi kaynaktan hangi bilginin daha yararlı olduğu anlaşılammaktadır (Öztürk ve Talaş, 2015, s. 113).

Herkese açık olması gereken içeriğin sadece üyelere açık olması, bir sosyal ağdaki üyenin başka bir sosyal ağda olmaması ve bunun sonucunda da işletmelerin bütün sosyal ağları takip etme gereklilikleri ve her geçen gün artan yeni kullanıcılar sonucunda oluşan iletişim kirliliği firmaları zor durumda bırakmaktadır (Onat ve Alikılıç, 2008, s. 1115).

Sosyal medyadaki önemli sorunlardan birisi de etik sorunudur. Firmalar web sitelerini kullananları internet üzerinden kolaylıkla takip edebilmektedir. Kullanıcıların büyük çoğunluğunun özel hayatıyla ilgili birçok doğru bilgiyi web üzerinden paylaşması ile özel hayata dair bilgiler kolaylıkla kötü niyetli kişilerin eline geçebilmektedir (Mucuk, 2009, s. 251).

Birçok insan sosyal medya mecralarının kendi içinde kalıtsal olan risklerinin farkında değildir. Sosyal medya içerikleri genellikle kontrol altında değildir ve burada her şey tartışma konusu olabilmektedir. Dolayısıyla sosyal medya vasıtasıyla marka adı lekelenebilir, yapılan olumsuz yorumlar markayı maddi ve manevi zarara uğratabilir (Sweeney ve Craig, 2011, s. 4).

#### **2.4. Sosyal Medya Araçları**

Sosyal medya alanında çok sayıda araç bulunmaktadır. Bu araçların sınıflandırmaya tabi tutulması, araçların daha iyi kavranmasına katkıda bulunacaktır. İşlev açısından benzer araçları daha iyi değerlendirebilmek ve karmaşayı ortadan kaldırmak adına kullanım amaçları ve içerik türleri açısından sosyal medya araçları sınıflandırılmaktadır (Bostancı, 2015, s. 43).

Günümüzde medyanın ve medya faaliyetlerinin vazgeçilmez bir parçası haline gelen sosyal medya araçları genel olarak şöyle sıralanabilir (Öztürk ve Talaş, 2015, s. 110);

- Bloglar
- Mikrobloglar
- Wikiler
- Sosyal İşaretleme
- Sosyal Ağlar

- Medya Paylaşım Siteleri
- Sanal Dünyalar

### **2.4.1. Bloglar**

Blog kelimesi, “Web” ve “Log” kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuş ve “Weblog” olarak adlandırılmıştır. Bu terim 1997 yılında Jom Barger tarafından ilk kez kullanılmıştır. Biraz daha geliştirilen bu kavram “blog” olarak kısaltılarak kullanılmaya başlanmıştır. Türkçe’ye de “ağ günlüğü veya web günlüğü” olarak çevrilmiştir. Böylece internet üzerinde tutulan günlüklere “blog”, yapılan işe “blogging”, bu işi yapanlara ise “blogger” denilmeye başlanmıştır (Parlak, 2010, s. 30; Zarella, 2009, s. 11). Blog kullanıcısı için herhangi bir teknik bilgi gerektirmeden, kendi istedikleri şeyleri, kendi istedikleri şekilde yazan kişilerin oluşturabildikleri günlüğe benzeyen web siteleridir. Blogları oluşturmak ve güncellemek kolay olduğundan blog kullanıcılarının herhangi bir program dili bilmesine veya detaylı teknik bir bilgiye sahip olmasına gerek yoktur (Aslan, 2011, s. 16).

Kullanımlarına göre çeşitlilik gösteren blog türlerinden bazıları şunlardır (Kırcova ve Enginkaya, 2015, s. 44; Akbayır, 2008, s. 55-58):

**Kişisel Bloglar:** İnternet ortamındaki kişiler tarafından oluşturulan, kişisel içeriklerin paylaşıldığı bir blog türüdür.

**Temasal Bloglar:** İçerik olarak belli bir alanın yorumunu irdeleyen ve alanında uzman kişilerce yorumlanan bir blog çeşididir.

**Topluluk Blogları:** Birden çok kişinin fikirlerinin ve görüşlerinin bir arada olduğu blog çeşididir. Bu tür bloglar üyelik dahilinde işlerliğini devam ettirirler ve kendi yazılımını kullanırlar.

**Kurumsal Bloglar:** Kurumsal bloglarda hedefteki kişilere kurumun farklı ve sempatik yönleri tanıtılmaya çalışılır. Hedefteki kişilerin firmadaki ürün veya hizmetin üreticileriyle iletişime geçmesine olanak sağlanarak marka sadakati oluşturulmaya çaba gösterilir. Bu tür bloglarda uzman kişilerle farklı görüşteki kişiler iletişime geçmektedir. Hedefteki kişiler açısından önemli bir firma elemanının insani yönlerinin gösterilmesi amaçlanmaktadır.

### **2.4.2. Mikrobloglar**

Mikrobloglar, kullanıcılara anlık, kısa ve öz içerikleri başka kişilerle paylaşmak için ortam sağlar. Daha çok profesyoneller tarafından, haber ve bilgi yaymak, paylaşmak amacıyla kullanılmaktadır (Çalışkan ve Mencik, 2015, s. 267). Çünkü dünyanın neresinde olunursa olunsun bir gelişmeyi, haberi, olayı ve bilgiyi en hızlı yayacak olan araç mikroblogdur. Bu hızı sağlayan özellikler; bir iki cümlelik kısa içeriklerle güncellenebilmesi, cep telefonu sistemi ve iphone gibi mobil araçlarla kullanılabilmesidir (Yavuz ve Haseki, 2012, s. 129). Bloglar ve mikrobloglar, kullanıcıların oluşturduğu içerik bakımından incelendiğinde temel olarak birbirine benzediği fakat hız ve güncelleme açısından birbirinden ayrıldığı görülmektedir. Blog içerikleri mikroblog içeriklerine göre daha uzun olduğundan oluşturulma süreci için daha fazla zamana ihtiyaç duyulur. Bununla birlikte karakter sınırlamasına tabi olan mikrobloglarda içerikler daha hızlı üretilebilmektedir (Tokatlı, 2015, s. 78-79).

### **2.4.3. Wikiler**

Hawai dilinde wiki kelimesi ‘hızlı, çabuk’ anlamına gelmektedir. Wikiler iş birliğine dayalı bilgi paylaşımının yapıldığı web siteleridir. Wikiwikiweb bu alandaki ilk web sitesi olarak 1995 yılında faaliyete başlamıştır (West ve West, 2008, s. 3). Wiki yazılımlarında kullanıcılar yeni bir sayfa oluşturmada veya büyük dökümanlar hazırlamada zorluk yaşamazlar. Üye olmadan wiki oluşturma hakkı tanıyan bu yazılımlarda kaynak belirtme zorunluluğu vardır. Diğer wiki sitelerinde oluşturulan içerikler ve sayfalar arası bağlantılar için sistem standart formları kullanmaktadır. Arşiv özelliği ile wikilerin saklanması sağlanırken kullanıcılara düzenli bilgilendirmeler yapılmakta ve yeni içeriklerin kolaylıkla bulunması ve okunması sağlanmaktadır (Özkaşıkçı, 2012, s. 116).

### **2.4.4. Sosyal İşaretleme**

İnternet kullanıcıları, beğendikleri veya diğer kullanıcıların dikkatini çekebilecek veya yararlanabileceklerini düşündükleri içerikleri sosyal işaretleme ağlarını kullanarak diğer kullanıcılara paylaşabilmektedir (Erdemir, 2017, s. 70). Sosyal işaretleme yoluyla kullanıcılar işaretledikleri içerikleri web sitelerinde paylaşarak kendi cümleleriyle etiketleyebilmektedirler. Bu şekilde yapılan gruplamalar diğer kullanıcılara kolaylık sağlamaktadır. Günümüzde çok fazla ve karmaşık bilgilerin bulunduğu internet

ortamında kullanıcıların istedikleri bilgiye ulaşması zor görünmektedir. Ancak sosyal işaretleme siteleri az da olsa bu konuda kullanıcılara açıklık sağlayarak istenen içeriklere daha kolay ulaşma konusunda büyük katkılar sağlamaktadırlar (Öztürk ve Talaş, 2015, s. 3).

#### **2.4.5. Sosyal Ağ Siteleri**

Sosyal medyanın en yaygın kullanılan türlerinden biri olan sosyal ağ siteleri, kişilerin arkadaşlarına mesaj gönderebilmesine veya bir sosyal grupta birbirleriyle iletişimde bulunmalarına imkân vermektedir. Bu mesajlar metin, resim, video, bağlantı veya diğer paylaşılabılır medya öğeleri içerebilir (Oklobdzija, 2015, s. 585). Sosyal ağ siteleri, insanların sosyalleşmelerinde, sosyal çevreleri ile ilişkilerinde ve sosyal hayatlarında etkili olmaktadır. Sosyal ağ siteleri teknolojinin gelişimiyle beraber yaşamın pek çok alanını etkileyen çevresel bir faktör haline gelmiştir (Söylemez ve Oral, 2018, s. 3). Ülkemizde kullanımı çok yaygın olan Facebook bir sosyal ağ sitesidir. Bununla birlikte iş ilişkileri için kullanılan LinkedIn bu alanda sıklıkla kullanılan sosyal ağlardandır. Ayrıca Youtube ve Twitter gibi sosyal ağlar Web 2.0 özelliğinde olup en popüler siteler arasında yer almaktadır (Bostancı, 2010, s. 55).

Youtube: Youtube, en çok kullanılan sosyal medya platformlarından biridir. Şubat, 2005'te kurulan Youtube, çok kısa sürede dünyanın en popüler video sitesi haline gelmiştir. Youtube kullanıcıları, diğer kullanıcılar tarafından oluşturulmuş videoları keşfetmek, izlemek ve paylaşmak amacıyla üye olmaktadır. Youtube kullanıcıları, dünyanın her yerinde video içerikleri ile etkileşime girmek üzere forum sağlar ve içerik oluşturucular tarafından bir dağıtım platformu olarak işlev sağlar. Her gün Youtube'de paylaşılan videolar milyonlarca kullanıcı tarafından izlenmekte ve kullanıcılar tarafından birçok video yüklenmektedir (Davidson vd., 2010, s. 293).

Instagram: Instagram, görüntüleri çevrimiçi olarak paylaşmak yaygın bir uygulamadır. Kullanıcıların fotoğraf çekmesine, dijital fotoğraf filtreleri ile fotoğraf düzeltilmesine ve fotoğrafı kısa bir başlık ile birlikte sosyal ağ sitesine yüklenmesi olarak tanınmaktadır (Vivienne ve Burgess, 2013, s. 295). Sosyal medya kullanıcısının görsel ve metinsel anlamlar oluşturabildiği ve takipçileri ile etkileşime girebileceği üzerine tasarlanmış sosyal fotoğrafçılık uygulamasıdır (Chesher, 2012, s. 98).

Whatsapp: Facebook tarafından 19 milyar dolar karşılığında satın alınan anlık mesajlaşma için kullanılan bir platformdur. Dünya genelinde kullanımı çok yaygın olan

bu uygulamaya telefon numarası girişi ile ücretsiz olarak kaydolunmaktadır. Kullanıcılar, uygulama üzerinden karşılıklı sohbet edebilmekte, fotoğraf, video, ses kaydı, konum bilgisi ve önemli belgeleri paylaşabilmektedirler (Hasanoğlu, 2019, s. 19). Aynı zamanda sesli, görüntülü konuşma ve toplu sohbet seçenekleri bulunmaktadır. Kullanıcılar, herkesin görmesini istedikleri fotoğraf ya da video paylaşımlarını durum adı altında paylaşabilmektedirler. Grup seçeneği ile arkadaşlarınızla bir araya gelir ortak konu hakkında bir araya gelip mesajlaşma seçeneği de sunmaktadır.

Facebook: Facebook, ilk önce Harvard üniversitesi öğrencileri arasında sosyal etkileşimi kolaylaştırmak amacı ile 2004 yılında Mark Zuckerberg tarafından kurulmuştur. Geçerli bir e-posta adresine sahip olan herkes tarafından üyelik sağlanabilmektedir. Facebook platformunda kullanıcılar lise, üniversiteleri, mezun oldukları yıl, yaşadıkları şehir, çalıştıkları iş yeri gibi temel bilgileri içeren kendilerine ait bir profil oluşturmaktadırlar. Facebook üzerinde kullanıcılar arkadaşlıklar kurabilmekte veyahut devam eden arkadaşları ile profillerini paylaşabilmektedirler. Kullanıcılar, gizlilik ayarları vasıtasıyla bilgilerini kimlerin görebileceğini kontrol edebilmektedirler. Facebook üyeleri sayfalarına fotoğraf, video ve gönderi yükleyebilmektedirler. Kullanıcının ağı dahilinde olan üyeler ise bu fotoğraf, video veyahut gönderilerine yorum yapabilmektedirler. Başkaları ile iletişime geçmek için imkân sağlar. İletişim, özel olarak mesajlaşma kısmından ya da facebook üyelerinin oluşturabileceği veya katılabileceği gruplarda da gerçekleşebilmektedir (Pempek vd., 2009, s.230; Hasanoğlu, 2019, s. 18).

Twitter: Twitter, kullanıcıların hesaplarını 140 karakterle sınırlı tweetler (mesaj, tweet olarak adlandırılır) ile görüşlerini yazmasına olanak tanıyan platformdur (Hughes vd., 2012, s. 562). Gönderilerin yayınlanması için bir yol sağlayan, sosyal medya platformları arasında “mikroblog” olarak lider bir platformdur. Kullanıcılar, twitter hesaplarından tweet gönderebilir ve diğer kullanıcılar ise retweet (başka bir kullanıcının tweetini paylaşırken, paylaşıma atıfta bulunulması) yapabilir. Twitter kullanıcılarının kendilerini tanımlayan, takipçilerini ve kimi takip ettiklerini gösteren bir profil sayfası vardır (Fischer ve Reuber, 2011, s.3).

Pinterest: Pinterest, dijital görüntü, video toplama platformu olarak hizmet vermektedir. Bu görüntü ve videoları bir panoya sabitleme etkinliği etrafında oluşturulmuş olan uygulamadır. Görüntü veya videonun, kullanıcı tarafından

oluşturulan kısa bir açıklama ile görüntünün kaynağına dönen bir bağlantı, kod mevcuttur. Buna pin denmektedir. Beğenilen resim veya videolar panolar denilen kişiye özgü dosyalara eklenebilmektedir (Hall and Zarro, 2012, s. 1).

#### **2.4.6. Sosyal Paylaşım Siteleri**

Gelişen teknoloji ile birlikte internet teknolojisi de gelişmektedir. Bu yolla fotoğraf, ses veya video olarak oluşturulan içerikler internet aracılığıyla farklı uygulamalar kullanılarak diğer kullanıcılar ile anında paylaşılabilir. Bu paylaşımlara olanak sağlayan medya paylaşım sitelerinde kullanıcılar içerikleri beğenebilir, altlarına yorum yapabilir veya farklı sosyal medya araçlarıyla farklı alanlara paylaşabilirler. Dünyada yaygın olarak kullanılan medya paylaşım sitelerinin başında Youtube, Dailymotion ve Fizy gelmektedir (Tengilimoğlu, 2014, s. 16).

#### **2.4.7. Sanal Dünyalar**

Sanal dünyalar, gerçek dünyayı veya fantezi dünyasını yansıtmaya amacıyla oluşturulan çevrimiçi bir ortamdır. Bu ortamda kullanıcılar etkileşim ve iletişime girerek yeni öğrenmeler kazanabilmektedirler (Miletsky, 2010, s. 200). Sanal dünyada kullanıcılar kendilerini temsil eden bir figür (avatar) kullanırlar. Bazı sanal dünyalar özellikle oyun oynama amacıyla, bazıları ise kullanıcıların birbirleriyle sosyalleşebileceği çevrimiçi alanlar oluşturma amacıyla kurulmuştur (İşlek, 2012, s. 59). Sanal dünyaların genel özellikleri şöyle ifade edilebilir (Rigby, 2008);

**Paylaşılan Alan:** Aynı anda aynı alana birden fazla kullanıcının giriş ve paylaşım yapabildiği alanlardır.

**Dolaysızlık:** Gerçek zamanlı bir etkileşimi ifade etmektedir. Sanal dünyada gülen birisinin diğer kullanıcılar tarafından da aynı anda görülebilmesidir.

**Üç Boyutlu Sanal Çevreler:** Üç boyutlu bir fiziksel alanın resmedildiği görüntüleri ifade eder.

**Kişiselleştirme:** Sanal dünyada kullanıcıların nesnelere istedikleri şekilde değiştirme veya geliştirmeleridir.

**Devamlılık:** Sanal dünyadaki süreç, kişinin bu ortama giriş yapıp yapmamasına bağlı olmadan devam etmektedir.



Sosyalleşme ve Topluluk: Sanal dünyalar takımlar, kulüpler, komşular gibi kendi içlerinde daha küçük grupların ve toplulukların oluşmasına izin vermektedir.

## **2.5. Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Önemi**

Yaşlılarda sosyal medya kullanımı önemi, algılanan sosyal desteğe, yaşam doyumuna ve yalnızlığa etkisi başlıkları altında incelenmiştir.

### **2.5.1. Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Algılanan Sosyal Desteğe Etkisi**

Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre, İnternet kullanan 65-74 yaş grubundaki bireylerin oranı 2016 yılında %8,8 iken 2021 yılında %32,5'e yükselmiştir. İnternet kullanan yaşlı bireyler cinsiyete göre incelendiğinde, erkeklerin kadınlardan daha fazla internet kullandığı görülmüştür. İnternet kullanan yaşlı erkeklerin oranı 2021 yılında yüzde 40 iken yaşlı kadınların oranı yüzde 25,9 olmuştur (TÜİK, 2021).

Yaşlıların sosyal medya kullanımında etkili olabilecek faktörlerden birisi ise sosyal destek algısıdır. Algıladıkları sosyal desteğin yüksek olması yaşlı bireylere olumlu katkılar sağlamaktadır. Fakat algılanan destek düşük olduğunda depresyona kadar birçok olumsuz faktörler etkili olmaktadır (Blit-Cohen ve Litwin, 2004, s. 396; Wagner vd., 2010, s. 873). Çevresinden yeterli sosyal destek göremeyen bireyler sosyal medya ortamlarında arkadaşlıklar edinerek algıladıkları sosyal desteği yükseltme eğiminde olabilmektedirler.

Yaşlı bireylere yönelik yapılan araştırmalar, yaşlılarda sosyal olarak aktiflik ve iletişimin önemine vurgu yapmaktadır. Örneğin, yaşlı bireyin sosyal çevresi ile olan iletişiminin devam etmesi algılanan sosyal destek düzeyinde ve yaşam doyumlarında pozitif katkı sağlamaktadır (Aquino vd., 1996, s.480). Aynı şekilde sosyal çevre ile etkileşimin azalmasına algılanan sosyal destek ve yaşam doyumunu olumsuz etkilenmektedir (Kahraman vd., 2011, s.1; Liu ve Guo, 2008, s.824).

### **2.5.2. Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Yaşam Doyumuna Etkisi**

Aile ve arkadaşlardan oluşan sosyal ağlar, yaşlı yetişkinlerde sosyal destek olarak algılanmaktadır. Yaşlı bireyin, aile ve arkadaşları ile olan iletişimi yaşam doyumları üzerindeki etkisi birçok yapılan çalışma ile ortaya konulmuştur (Chan ve Lee,

2006, s. 92). Tıp bilimleri, psikoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi disiplinler, daha geniş bir sosyal çevrenin ve sık ilişkilerin daha fazla yaşam doyumu ve esenliğe yol açtığını belgelemiştir (Litwin ve Shiovitz-Ezra, 2011, s. 380; Litwin ve Stoeckel, 2013, s.1271; Rafnsson vd., 2015, s. 925).

Litwin vd. (2015, s.299), yaptığı çalışmada, sosyal medyayı sıklıkla kullanan yaşlı bireylerin daha az yalnızlık ve daha çok mutluluk hissettikleri sonucuna ulaşmıştır. Aynı şekilde yapılan diğer çalışmalar, sosyal medyada daha fazla aktif arkadaş ile etkileşime geçen bireylerin diğer yaşlı bireylere kıyasla daha mutlu oldukları bulunmuştur (Groot vd., 2007, s.206; Litwin ve Shiovitz-Ezra, 2011, s.380; Rafnsson vd., 2015, s.919; Chan ve Lee, 2006, s. 111). Bu araştırmalardan hareketle, başka bireylerle ilişki kurmak yaşam doyumu ve bireyin iyilik durumu üzerinde olumlu etkiye sahiptir.

Yapılan çeşitli araştırmalar, sosyal medyanın yaşam doyumu üzerindeki etkisinin, sosyal ağın yapısına ve ilişkilerin kalitesine bağlı olarak değişebileceğini ortaya koymaktadır (Pinquart ve Sorensen, 2000, s. 187). Örneğin, Van der Host ve Coffe (2012), sosyal çevre ile sık etkileşimin, sosyal güven, daha az stres ve daha iyi bir sağlık ile pozitif olarak ilişkili olduğunu bulmuştur (Van Der Horst ve Coffe, 2012, s.509).

Fiori vd. (2006, s.31), sosyal medyada arkadaşı olmayan bireylerin, arkadaşı olan bireylere kıyasla daha yüksek depresif belirtilere sahip olduğunu bulmuştur. Pinquart ve Sorensen (2000, s.187) çalışmasında, yaşlı bireylerin arkadaşları ile ilişkisi ele alındığında, arkadaşları ile sürekli iletişim kuranın daha yüksek bir yaşam doyumuna ulaştığı görülmektedir.

Son olarak, yaşam doyumu sosyal ağlar, aile bağlarının gücü veya kamu tarafından sağlanan bakımın mevcudiyeti ve düzenlemeleri gibi ülkeye özgü faktörlerden de etkilenebilir. Bu nedenle, Avrupa ülkeleri arasında net bir ayırım olmasada, Güney Avrupa ülkelerinin genellikle aile bağlarının daha güçlü olduğu ülkeler olduğu ileri sürülmüştür (Reher, 1998, s. 225). Öte yandan, Güney ve Doğu Avrupa ülkelerindeki yaşlıların, resmi bakımlardan ziyade resmi olmayan bakım kurumlarına güvenme olasılıklarının çok daha yüksek olduğu bulunmuştur (Damiani vd., 2011, s.8)

### 2.5.3. Yaşlılarda Sosyal Medya Kullanımının Yalnızlık Üzerine Etkisi

Dünya nüfusu zamanla yaşlanmaktadır. Yaşlanan bir nüfus, aile yapısında meydana gelen değişikliklerle (örneğin aile büyüklüğündeki azalma, aile üyelerinin coğrafi dağılımı) birlikte toplumu bir bütün olarak yeni ve acil zorluklarla karşı karşıya bırakmaktadır; bunlar, emeklilik ve sağlık bakım sistemlerinin sürdürülebilirliği ile yaşlıların iyilik hali, yani kişinin kendi yaşamının bilişsel ve duygusal değerlendirmesi ile ilgilidir (Diener ve Seligman, 2002, s.81).

Sosyal medya kullanımı, yaşlılık döneminde iletişimi sürdürmek, güçlenmesini sağlamak, yaşamdan menuniyet düzeyini arttırmak ve yalnızlığı gidermede faydalı araçlardan sayılmaktadır (Cotten vd., 2013, s.39; Heo vd., 2015, s.268; Lelkes 2013, s.34; Tobiasz-Adamczyk ve Zawisza 2017, s.162).

Sınırlı hareket kabiliyetine sahip ve coğrafi olarak aile üyelerinden ve arkadaşlarından uzaktan olan yaşlılar, yalnızlıklarını gidermek ve iletişimlerini devam ettirebilmek için sosyal medya kullanımından yararlanmaktadır. Buna ek olarak, sosyal medya, sosyal faaliyetlerle ilgili yaşlıları bilgilendirmeye katkıda bulunmaktadır (Sala ve Gaia, 2019, s. 165).

Campos vd., (2016), yaşlı bakım kurumlarında sosyal medya kullanımının sonuçlarını değerlendirdikleri araştırmada, sosyal medya kullanımının yaşlılıkta yalnızlığı daha az hissetmelerini sağladığı sonucuna ulaşmıştır. Yaşam kalitesi, sosyal sermaye ve yalnızlık gibi farklı refah ölçütlerine odaklanan çalışmaların gözden geçirilmesi, sosyal medya kullanımının yaşlı insanların yaşam kalitesi, öznel iyi oluş ve yalnızlık üzerinde etkisinin olduğunu belirtmiştir. Chang vd., (2018), yaptıkları çalışmada sosyal ağ kullanımı ile hayatın anlamı arasında pozitif bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Yu vd., (2016), sosyal medya kullanımının, algılanan sosyal destek ile yalnızlık düzeyleri arasında olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu açıklamaktadır.

Hutto vd., (2015), yaşlı sosyal medya kullanıcılarının, sosyal bağlamdaki rollerinden sosyal medya kullanmayanlara göre daha memnun olduklarını belirtmiştir. Ayrıca kullanıcıların, sosyal medya kullanmayanlara göre yalnızlık düzeyinde anlamlı bir fark olduğunu bulmuştur.

Aarts vd., (2015), sosyal medya kullanımının genel yalnızlık, sosyal yalnızlık ve duygusal yalnızlık ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Yapılan çoğu çalışma, sosyal medya kullanımının yalnızlık düzeyini azaltmada etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

### 3. BÖLÜM

Çalışmanın bu bölümünde yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımının yalnızlığı yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi üzerine yapılan araştırmanın bulgularına ve sonuçlarına yer verilmiştir.

#### 3.1. Araştırmanın Bulguları

Çalışmanın bu kısmında, yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımının yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyi arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilen ölçek çalışması sonucunda elde edilen veriler ayrıntılı şekilde değerlendirilmiştir.

##### 3.1.1. Demografik Özelliklerin Dağılımları

Bu bölümde, araştırma kapsamına alınan yaşlı bireylerin; yaşı, cinsiyeti, medeni durumu, eğitim düzeyi, çalışma durumu, gelir düzeyi, aylık gelirlerinden memnuniyet düzeyleri, çocuk sahibi olma durumları gibi demografik bulgulara ilişkin frekans ve yüzde dağılımlarını oluşturan tablolar yer almaktadır. Bu çerçevede Tablo 1’de araştırmaya katılan yaşlılara (n=406) yönelik tanımlayıcı bilgilerin dağılımı yer almaktadır.

Tablo 1’e göre; araştırma kapsamına alınan yaşlı bireylerin %49,8’nin “60-64 yaş arası”, %30,8’nin “65-69 yaş arası”, %19,5’inin ise “70 yaş ve üstü” grupta olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcıların %50.0’sini kadınlar, %50.0’sini erkekler oluşturmaktadır. Yaşlılar arasında evli olanların oranının (%62.1) evli olmayanların oranına (%37.9) göre yüksek olduğu görülmüştür. Yaşlı bireyler arasında Üniversite mezunu (%31.0) olduğunu belirten yaşlı bireyler ilk sırada yer almakta, bunu sırasıyla en fazla ilkökul mezunu (%19.7), lise mezunu (%18.7), yüksekokul mezunu (%14.8), yüksek lisans mezunu (%10.6) ve ortaokul mezunu (%5.2) olanlar izlemektedir.

Yaşlı bireylerin %56,9’unun emekli, %28,6’sının çalıştığı ve %14,5’inin çalışmadığı gözlemlenmiştir. Bireylerin %47,5’i “2500-5000 TL” gelir oranına sahipken, %35,0’i “5000-10000 TL”, %12,8’i “0-2500 TL” arası, %4,7’si “10000 TL ve üzeri” gelir elde etmektedir. Katılımcıların aile gelir düzeylerine ilişkin memnuniyet düzeyleri durumuna bakıldığında; %36,7 “memnunum”, %29,6’sı “memnun değilim”, %12,6 “hiç memnun değilim”, %12,3 “kararsızım”, ve %8,9 “tamamen memnunum”

olarak durumunu bildirmiştir. Yaşlılar arasında çocuk sahibi olanların oranının (%91,4) çocuk sahibi olmayanların oranına (%8,6) göre yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 1).

**Tablo 1: Demografik Özelliklerin Dağılımı**

<b>Demografik Bilgiler</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Yaş (Ort.=65,33; SS=4,9)</b>		
60 – 64 yaş arası	202	49,8
65 – 69 yaş arası	125	30,8
70 ve daha yukarı yaş	79	19,5
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	203	50,0
Erkek	203	50,0
<b>Medeni Durum</b>		
Evli	252	62,1
Bekar (Hiç evlenmemiş, boşanmış veya dul)	154	37,9
<b>Eğitim Düzeyi</b>		
En Fazla İlkokul Mezunu	80	19,7
Ortaokul Mezunu	21	5,2
Lise Mezunu	76	18,7
Yüksekokul (2 Yıllık)	60	14,8
Üniversite	126	31,0
Yüksek Lisans veya Doktora Mezunu	43	10,6
<b>Çalışma Durumu</b>		
Çalışıyor	59	14,5
Çalışmıyor	116	28,6
Emekli	231	56,9
<b>Gelir Düzeyi</b>		
0-2500 TL	52	12,8
2500- 5000 TL	193	47,5
5.000- 10.000 TL	142	35,0
10.000 TL ve üzeri	19	4,7
<b>Aylık Gelir Düzeyine İlişkin Memnuniyet Durumu</b>		
Hiç Memnun değilim	51	12,6
Memnun Değilim	120	29,6
Kararsızım	50	12,3
Memnunum	149	36,7
Tamamen memnunum	36	8,9
<b>Çocuk Sahibi Olma Durumu</b>		
Var	371	91,4
Yok	35	8,6

Araştırmaya katılan yaşlı bireylerin sosyal yaşamlarına ilişkin bilgiler incelendiğinde eşi (%39,9) ile yaşayan bireyler ilk sırada yer almakta, bunu sırasıyla en fazla yalnız yaşayanlar (%27,6'), aile üyeleriyle yaşayanlar (%18,7), çocuklarıyla yaşayanlar (%10,6) ve arkadaşı veya bakıcısıyla yaşayanlar (%3,2) izlemektedir. Bireylerin akrabaları ile görülme sıklıkları incelendiğinde, %44,3'ü bazı zamanlarda, %32,8'si nadiren, %9,9'u her zaman, %7,9 çok sık, %5,2 asla akrabaları ile görüşmediklerini ifade etmiştir. Bireylerin arkadaşları ile görüşme sıklıklarına

bakıldığında, %49,3'ü bazı zamanlarda, %26,1'i nadiren, %15'i çok sık, %8,6'sı her zaman, %1'i ise asla görüşmediğini ifade etmiştir. Yaşlı bireylerin çocukları ile görüşme sıklıkları değerlendirildiğinde; %41,4'ü her zaman, %24,1'i bazı zamanlarda, %19,7'si çok sık, %7,4'ü nadiren, %7,4'ü ise asla görüşmediğini ifade etmiştir (Tablo 2).

**Tablo 2: Bireylerin Sosyal Yaşamlarına İlişkin Bilgiler**

	N	%
<b>Katılımcıların birlikte yaşadıkları kişiler</b>		
Yalnız	112	27,6
Çocuklarıyla (oğlum, kızım)	43	10,6
Aile üyelerim (Eşim, çocuklar vs.)	76	18,7
Eşimle	162	39,9
Arkadaş veya bakıcı	13	3,2
<b>Akrabalarla görüşme sıklığı</b>		
Her Zaman	40	9,9
Çok Sık	32	7,9
Bazı Zaman	180	44,3
Nadiren	133	32,8
Asla	21	5,2
<b>Arkadaşlarıyla görüşme sıklığı</b>		
Her Zaman	35	8,6
Çok Sık	61	15,0
Bazı Zaman	200	49,3
Nadiren	106	26,1
Asla	4	1,0
<b>Çocuklarıyla görüşme sıklığı</b>		
Her Zaman	168	41,4
Çok Sık	80	19,7
Bazı Zaman	98	24,1
Nadiren	30	7,4
Asla	30	7,4

Araştırma kapsamına alınan yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımına dair ilişkin bilgiler Tablo 3'te yer almaktadır. Yaşlı bireylerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya aracı olarak Facebook (%41,1) ilk sırada yer almakta, bunu sırasıyla twitter (%31,8) ve instagram (27,1) izlemektedir. Yaşlıların sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeylerine bakıldığında, %69'u "memnun", %14,3'ü "tamamen memnun", %8,9'u "kararsız", %5,4'ü "memnun değil", %2,5'i "hiç memnun değil" olduklarını belirtmişlerdir.

Yaşlı bireylerin, %53,0'ü "6 yıl ve üzeri", %16,7'si "3-4 yıl", %16,5'i "5 yıl, %10,8 "1-3 yıl", %3'ü "1-6 ay arası" süredir sosyal medyayı kullanmaktadır. Yaşlı bireylerin günlük sosyal medyayı kullanım süreleri incelendiğinde; %33,3'ü biraz, %29,1'u az, %17'si nadiren, %15,5'i sık ve %5,2'si çok sık sosyal medya kullandıklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçlarına bakıldığında en çok

bilgiye erişmek amacıyla (%84,7) kullandıkları, en az ise yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak amacıyla (%32,3) kullandıkları görülmektedir (Tablo 3).

**Tablo 3: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bilgiler**

	N	%
<b>Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları</b>		
Facebook	167	41,1
İnstagram	110	27,1
Twitter	129	31,8
<b>Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri</b>		
Hiç Memnun değilim	10	2,5
Memnun Değilim	22	5,4
Kararsızım	36	8,9
Memnunum	280	69,0
Tamamen memnunum	58	14,3
<b>Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Süreleri</b>		
1-6 ay	12	3,0
1-3 yıl	44	10,8
3-4 yıl	68	16,7
5 yıl	67	16,5
6 yıl ve üzeri	215	53,0
<b>Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklıkları</b>		
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	69	17,0
<b>Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları (N=406)</b>		
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	131	32,3
Mevcut arkadaşlarımla iletişimi devam ettirmek	336	82,8
Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek	283	69,7
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	244	60,1
Bilgiye erişmek amacıyla	344	84,7
Zaman geçirmek için	212	52,2
Boş zamanlarımı değerlendirme	196	48,3
Eğlence amaçlı	172	42,4
Güncel olayları takip etmek amacıyla	341	84,0
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	234	57,6
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	235	57,9

Araştırma kapsamına alınan yaşlı bireylerden kadınların %38,4'ü, erkeklerin %43,8'i "Facebook"u sıklıkla kullandıklarını belirtmektedir. İnstagram kullanan kadın yaşlılar (%27,6) erkeklerden (%26,6) daha fazladır. Aynı şekilde twitteri da kadınlar (%34,0) erkeklerden (%29,6) fazla kullanmaktadır. (Tablo 4).

Yaşlı bireylerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları ile cinsiyetleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak incelediğinde; cinsiyet değişkeni ile sıklıkla kullanılan sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin önemli olmadığı belirlenmiştir ( $X^2=1.389$ ;  $sd=2$ ;  $p>0.05$ ) (Tablo 4).



**Tablo 4: Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları ve Cinsiyete Göre Dağılımları**

Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	S	%	S	%	S	%
Facebook	78	38,4	89	43,8	167	41,1
İnstagram	56	27,6	54	26,6	110	27,1
Twitter	69	34,0	60	29,6	129	31,8
Toplam	203	100	203	100,0	406	100,0

$X^2 = 1.389$ ;  $sd=2$ ;  $p=.499$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin, cinsiyet açısından sosyal medya araçlarını kullanma süreleri incelendiğinde; kadınlarda en çok “6 yıl ve üzeri” (49,3) kullanım süresi, en düşük ise “1-6 ay” (%3) kullanım süresi bulunmuştur. Erkeklerde de en çok “6 yıl ve üzeri” (56,7) kullanım süresi, en düşük “1-6 ay “ (%3) kullanım süresi bulunmuştur. Yaşlı bireylerin sosyal medya araçlarını ne kadar süredir kullandıkları ile cinsiyetleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak incelendiğinde; cinsiyet değişkeni ile sosyal medyayı ne kadar süredir kullandıkları arasındaki ilişkinin önemsiz olduğu belirlenmiştir ( $X^2 = 2.890$ ;  $sd=4$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 5).

**Tablo 5: Katılımcıların Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıkları ve Cinsiyete Göre Dağılımı**

Katılımcıların Sosyal Medyayı Kullandıkları Süre	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	S	%	S	%	S	%
1-6 ay	6	3,0	6	3,0	12	3,0
1-3 yıl	22	10,8	22	10,8	44	10,8
3-4 yıl	39	19,2	29	14,3	68	16,7
5 yıl	36	17,7	31	15,3	67	16,5
6 yıl ve üzeri	100	49,3	115	56,7	215	53,0
Toplam	203	100	203	100,0	406	100,0

$X^2 = 2.890$ ;  $sd=4$ ;  $p=.576$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin cinsiyet açısından günlük sosyal medya kullanım sıklığı incelendiğinde; hem kadın (%31,5) hemde erkeklerin (%35,0) en çok “biraz (günde 4-6

saat)”, aynı şekilde hem kadın (%6,9) hemde erkeklerde (%3,4) en düşük “çok sık (günde 8 saatten fazla)” kullanım sıklığı belirtildiği analiz edilmiştir (Tablo 6).

Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklıkları ile cinsiyetleri arasındaki ilişki istatistiksel olarak incelendiğinde; cinsiyet değişkeni ile günlük sosyal medya kullanım sıklığı arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı belirlenmiştir ( $X^2 = 2.761$ ;  $sd=4$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 6).

**Tablo 6: Katılımcıların Günlük Sosyal Medyayı Kullanma Sıklığı ve Cinsiyete Göre Dağılımı**

Günlük Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	S	%	S	%	S	%
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	14	6,9	7	3,4	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	31	15,3	32	15,8	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	64	31,5	71	35,0	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	60	29,6	58	28,6	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	34	16,7	35	17,2	69	17,0
Toplam	203	100,0	203	100,0	406	100,0

$X^2 = 2.761$ ;  $sd=4$ ;  $p=.599$

\* $p<0.05$

Araştırma kapsamına alınan yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyet düzeyleri arasında; “Memnunum” (%69,0) en fazla, “hiç memnun değilim” (%2,5) en az olarak bulunmuştur. Cinsiyet açısından sosyal medya kullanım memnuniyetleri incelendiğinde; kadınlarda en yüksek oran “Memnunum” (%70) ve en düşük oran “Hiç memnun değilim” (%2,5) olarak belirtilmiştir. Erkeklerde en yüksek oran “memnunum” (%68), en düşük oran “hiç memnun değilim” (%2,5) olarak bulunmuştur. Cinsiyet açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı belirlenmiştir ( $X^2 = 2.759$ ;  $sd=4$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 7).

**Tablo 7: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre Dağılımı**

Sosyal Medya Kullanım Memnuniyet Düzeyi	Cinsiyet					
	Kadın		Erkek		Toplam	
	S	%	S	%	S	%
Hiç Memnun değilim	5	2,5	5	2,5	10	2,5
Memnun Değilim	14	6,9	8	3,9	22	5,4
Kararsızım	16	7,9	20	9,9	36	8,9
Memnunum	142	70,0	138	68,0	280	69,0
Tamamen memnunum	26	12,8	32	15,8	58	14,3
Toplam	203	100,0	203	100,0	406	100,0

$X^2 = 2.759; sd=4; p=.599$

\* $p<0.05$

Araştırmada yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının cinsiyete göre dağılımı Tablo 8’de gösterilmektedir. Genel olarak tablo incelendiğinde; bireylerin %84.7’si “bilgiye erişmek amacıyla”, %84.0’ü “güncel olayları takip etmek amacıyla” ve % 82.8’i “mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek için” sosyal medya kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bireylerin cinsiyet durumlarına göre sosyal medya kullanım amaçları değişmemektedir. Aynı şekilde hem kadınlar hem de erkekler arasında “bilgiye erişmek amacıyla” (kadın=%83.7; erkek=%85.7), “güncel olayları takip etmek amacıyla” (kadın=%82.8; erkek=%85.2) ve “mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek için” (kadın=%81.8; erkek=%82.8) amacıyla sosyal medya kullananların oranı diğer amaçlara göre daha yüksektir (Tablo 8).

Bireylerin sosyal medya kullanım amaçları ile cinsiyetleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; cinsiyet ile sadece “eski arkadaşlarla iletişime geçmek” amacı arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $X^2=3.371; sd=1; p<0.05$ ) (Tablo 8).

**Tablo 8: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Cinsiyete Göre Dağılımı**

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Cinsiyet						İstatistiksel Analiz
	Kadın		Erkek		Toplam		
	S	%	S	%	S	%	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	58	28,6	73	36,0	131	32,3	$X^2 = 2.536$ ; sd=1; p=.069
Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek için	166	81,8	170	83,7	336	82,8	$X^2 = 0.276$ ; sd=1; p=.347
Eski arkadaşlarla iletişime geçmek	133	65,5	150	73,9	283	69,7	$X^2 = 3.371$ ; sd=1; p=.042*
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	115	56,7	129	63,5	244	60,1	$X^2 = 2.013$ ; sd=1; p=.094
Bilgiye erişmek amacıyla	170	83,7	174	85,7	344	84,7	$X^2 = 0.305$ ; sd=1; p=.340
Zaman geçirmek için	103	50,7	109	53,7	212	52,2	$X^2 = 0.355$ ; sd=1; p=.310
Boş zamanlarını değerlendirme	94	46,3	102	50,2	196	48,3	$X^2 = 0.631$ ; sd=1; p=.243
Eğlence amaçlı	85	41,9	87	42,9	172	42,4	$X^2 = 0.040$ ; sd=1; p=.460
Güncel olayları takip etmek amacıyla	168	82,8	173	85,2	341	84,0	$X^2 = 0.458$ ; sd=1; p=.295
Düşüncelerini başkalarıyla paylaşmak amacıyla	110	54,2	124	61,1	234	57,6	$X^2 = 1.977$ ; sd=1; p=.096
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	114	56,2	121	59,6	235	57,9	$X^2 = 0.495$ ; sd=1; p=.273

\*p<0.05

Araştırmada yaşlı bireylerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçlarının yaşa göre dağılımı Tablo 9’da gösterilmektedir. Genel olarak tablo incelendiğinde; en çok kullanılan sosyal medya aracı “Facebook” (%41,1), ardından “Twitter” (%31,8) ve en az “İnstagram” (27,1) olduğu saptanmıştır. Bireylerin yaş durumlarına göre sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları değişmektedir. 60-64 yaş arasında %46,5 facebook, %29,7 instgram ve %23,8 twitter kullanılmaktadır. 65-69 yaş arasında %42,4 facebook, %33,6 twitter ve %24 instgram kullanılmaktadır. 70 ve daha yukarı yaşlarda ise %49,4 twitter, %25,3 facebook ve %25,3 instgram kullanılmaktadır.

Bireylerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları ile yaşları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaş açısından kullanılan sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 19.235$ ; sd=4; p<.05) (Tablo 9).

**Tablo 9: Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları ve Yaşa Göre Dağılımları**

Sıklıkla Kullanılan Sosyal Medya Araçları	Yaşa Göre Dağılım						Toplam	
	60 – 64 yaş arası		65 – 69 yaş arası		70 ve daha yukarı yaş			
	S	%	S	%	S	%	S	%
Facebook	94	46,5	53	42,4	20	25,3	167	41,1
İnstagram	60	29,7	30	24	20	25,3	110	27,1
Twitter	48	23,8	42	33,6	39	49,4	129	31,8
Toplam	202	100	125	100	79	100	406	100

$$X^2 = 19.235; \text{sd}=4; \text{p}=.001^*$$

\*p<0.05

Araştırmada yaşlı bireylerin sosyal medya kullanma sürelerinin yaşa göre dağılımı Tablo 10’da gösterilmektedir. Genel olarak tablo incelendiğinde; bireylerin %16,7’si “3-4 yıl” süredir sosyal medya kullandıklarını ifade etmişlerdir. Bireylerin yaş durumlarına göre sosyal medya kullanım süreleri değişmemektedir. 60-64 yaş arasında (%59,4), 65-69 yaş arasında (%53,6) ve 70 ve üzeri yaş grubunda (%35,4) sosyal medyayı kullanım süresi en fazla “6 yıl ve üzeri” olarak kullanıldığı saptanmıştır. Aynı yaş gruplarında en düşük oran “1-6 ay arası” olarak bulunmuştur.

Bireylerin sosyal medya kullanım süreleri ile yaşları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaş açısından sosyal medya kullanım süreleri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $X^2 = 22.979$ ;  $\text{sd}=8$ ;  $\text{p}<.05$ ) (Tablo 10).

**Tablo 10: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Sürelerinin Yaşa Göre Dağılımları**

Sosyal Medya Kullanma Süreleri	Yaşa Göre Dağılım						Toplam	
	60 – 64 yaş arası		65 – 69 yaş arası		70 ve daha yukarı yaş			
	S	%	S	%	S	%	S	%
1-6 ay	7	3,5	2	1,6	3	3,8	12	3
1-3 yıl	20	9,9	13	10,4	11	13,9	44	10,8
3-4 yıl	22	10,9	21	16,8	25	31,6	68	16,7
5 yıl	33	16,3	22	17,6	12	15,2	67	16,5
6 yıl ve üzeri	120	59,4	67	53,6	28	35,4	215	53
Toplam	202	100	125	100	79	100	406	100

$$X^2 = 22.979; \text{sd}=8; \text{p}=.003^*$$

\*p<0.05

Yaş açısından günlük sosyal medya kullanma sıklığı incelendiğinde; 60-64 yaş arasında sosyal medya kullanım sıklığı en fazla oranla “az” (%34,2), en düşük oran ile “çok sık” (%7,4) olarak bulunmuştur. 65-69 yaş arasında en yüksek oran “biraz” (%32) olurken en düşük oran “çok sık” (%3,2) olarak bulunmuştur. 70 ve daha yukarı yaşlarda

ise en yüksek oran “biraz” (%33,3) olurken, en düşük oran “çok sık” (%5,2) olarak bulunmuştur. Yaş açısından günlük sosyal medya kullanma sıklığı arasındaki ilişki anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 19.913$ ;  $sd=8$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 11).

**Tablo 11: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sıklığının Yaşa Göre Dağılımları**

Günlük Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Yaşa Göre Dağılım						Toplam	
	60 – 64 yaş arası		65 – 69 yaş arası		70 ve daha yukarı yaş		S	%
	S	%	S	%	S	%		
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	15	7,4	4	3,2	2	2,5	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	20	9,9	26	20,8	17	21,5	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	62	30,7	40	32	33	41,8	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	69	34,2	31	24,8	18	22,8	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	36	17,8	24	19,2	9	11,4	69	17
Toplam	202	100	125	100	79	100	406	100
$X^2 = 19.913$ ; $sd=8$ ; $p=.011^*$								

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin, yaş açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti incelendiğinde 60-64 yaş arasında en yüksek oran “memnunum” (%69,8), en düşük oran “hiç memnun değilim” (%2,5) olarak bulunmuştur. 65-69 yaş arasında en yüksek oran (%64) ile “memnunum”, en düşük oran “hiç memnun değilim” (%4) olarak bulunmuştur. 70 ve daha yukarı yaşlarda ise en yüksek oran “memnunum” (%74,7), en düşük oran “hiç memnun değilim” (%0) olarak bulunmuştur (Tablo 12).

Bireylerin sosyal medya kullanımını memnuniyet düzeyleri ile yaşları arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaş açısından sosyal medya kullanımını memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $X^2 = 20.100$ ;  $sd=8$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 12).

**Tablo 12: Katılımcıların Sosyal Medya Memnuniyetinin Yaşa Göre Dağılımı**

Sosyal Medya Kullanım Memnuniyeti	Yaşa Göre Dağılım						Toplam	
	60 – 64 yaş arası		65 – 69 yaş arası		70 ve daha yukarı yaş		S	%
	S	%	S	%	S	%		
Hiç Memnun değilim	5	2,5	5	4	0	0	10	2,5
Memnun Değilim	15	7,4	6	4,8	1	1,3	22	5,4
Kararsızım	23	11,4	10	8	3	3,8	36	8,9
Memnunum	141	69,8	80	64	59	74,7	280	69
Tamamen memnunum	18	8,9	24	19,2	16	20,3	58	14,3
Toplam	202	100	125	100	79	100	406	100
$X^2 = 20.100$ ; $sd=8$ ; $p=.010^*$								

\* $p<0.05$

Araştırmada yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım amaçlarının yaşa göre dağılımı Tablo 13’de gösterilmektedir. Bireylerin yaş durumlarına göre sosyal medya kullanım amaçları değişmektedir.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile yaş dağılımındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak”, “Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek”, “Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak”, “Boş zamanlarımı değerlendirme”, “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla” ve “İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla” ifadeleri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $p<.05$ ) (Tablo 13).

**Tablo 13: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Yaşa Göre Dağılımı**

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Yaşa Göre Dağılım								İstatistiksel Analiz
	60 – 64 yaş arası		65 – 69 yaş arası		70 ve daha yukarı yaş		Toplam		
	S	%	S	%	S	%	S	%	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	46	35,1	41	31,3	44	33,6	131	100	$X^2 = 28.191$ ; $sd=2$ ; $p=.000^*$
Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek	164	48,8	103	30,7	69	20,5	336	100	$X^2 = 1.523$ ; $sd=2$ ; $p=.467$
Eski arkadaşlarla iletişime geçmek	131	46,3	86	30,4	66	23,3	283	100	$X^2 = 9.467$ ; $sd=2$ ; $p=.009^*$
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak	108	44,3	81	33,2	55	22,5	244	100	$X^2 = 7.845$ ; $sd=2$ ; $p=.020^*$
Bilgiye erişmek amacıyla	169	49,1	106	30,8	69	20,1	344	100	$X^2 = 0.595$ ; $sd=2$ ; $p=.743$
Zaman geçirmek için	97	45,8	66	31,1	49	23,1	212	100	$X^2 = 4.489$ ; $sd=2$ ; $p=.106$
Boş zamanlarımı değerlendirme	86	43,9	61	31,1	49	25	196	100	$X^2 = 8.625$ ; $sd=2$ ; $p=.013^*$
Eğlence amaçlı	80	46,5	50	29,1	42	24,4	172	100	$X^2 = 4.691$ ; $sd=2$ ; $p=.096$
Güncel olayları takip etmek amacıyla	163	47,8	113	33,1	65	19,1	341	100	$X^2 = 5.625$ ; $sd=2$ ; $p=.060$
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	104	44,4	76	32,5	54	23,1	234	100	$X^2 = 7.359$ ; $sd=2$ ; $p=.025^*$
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	103	43,8	80	34	52	22,1	235	100	$X^2 = 7.898$ ; $sd=2$ ; $p=.019^*$

\*  $p<.05$

Yaşlı bireylerin eğitim düzeyi açısından kullanılan sosyal medya araçları incelendiğinde; en fazla ilkokul mezunu (%31,3), ortaokul mezunu (%47,6), lise mezunu (%40,8), yüksekokul mezunu (%46,7), üniversite mezunu (%46,8) olanlar arasında en fazla kullanılan sosyal medya aracı facebook olarak belirtilmiştir. Yüksek

lisans veya doktora mezunu olanlar arasında ise fazla kullanılan sosyal medya aracı twitter (%44,2) olarak belirtilmiştir (Tablo 14).

Bireylerin sosyal medya kullanım amaçları ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; eğitim düzeyi ile kullanılan sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı bulunmuştur ( $X^2 = 15.917$ ;  $sd=10$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 14).



**Tablo 14: Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları ve Eğitime Göre Dağılımları**

Sıklıkla Kullanılan Sosyal Medya Araçları	Eğitim Düzeyi												Toplam	
	En Fazla İlkokul Mezunu		Ortaokul Mezunu		Lise Mezunu		Yüksekokul (2 Yıllık)		Üniversite		Yüksek Lisans veya Doktora Mezunu			
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Facebook	25	31,3	10	47,6	31	40,8	28	46,7	59	46,8	14	32,6	167	41,1
İnstagram	19	23,8	6	28,6	24	31,6	14	23,3	37	29,4	10	23,3	110	27,1
Twitter	36	45	5	23,8	21	27,6	18	30	30	23,8	19	44,2	129	31,8
Toplam	80	100	21	100	76	100	60	100	126	100	43	100	406	100

$\chi^2 = 15.917$ ;  $sd=10$ ;  $p=.102$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin eğitim düzeyi açısından günlük sosyal medya kullanma sıklığı incelendiğinde; en fazla ilkokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “biraz” (%40) olurken en düşük oran “çok sık” (%7,5) olarak bulunmuştur. Ortaokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “az” (%42,9) olurken en düşük oran “çok sık” (%4,8) olarak bulunmuştur. Lise mezunu olanlar arasında en yüksek oran “biraz” (%50), en düşük oran “çok sık” (%0) olarak bulunmuştur. Yüksekokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “az” (%33,3), en düşük oran “çok sık” (%2) olarak bulunmuştur. Üniversite mezunu olanlar arasında en yüksek oran “az” (%34,1) olurken en düşük oran “çok sık” (%7,9) olarak bulunmuştur. Yüksek lisans veya doktora mezunu olanlar arasında en yüksek oran (%34,9) “biraz” olurken en düşük oran (%4,7) “çok sık” olarak bulunmuştur. Bireylerin sosyal medya kullanım sıklığı ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; eğitim düzeyi ile günlük sosyal medya kullanımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 36.238$ ;  $sd=20$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 15).

**Tablo 15: Katılımcıların Günlük Sosyal Medya Kullanımının Eğitime Göre Dağılımları**

Günlük Sosyal Medya Kullanımı	Eğitim Düzeyi													
	En Fazla İlkokul Mezunu		Ortaokul Mezunu		Lise Mezunu		Yüksekokul (2 Yıllık)		Üniversite		Yüksek Lisans veya Doktora Mezunu		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	6	7,5	1	4,8	0	0	2	3,3	10	7,9	2	4,7	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	11	13,8	4	19	13	17,1	6	10	18	14,3	11	25,6	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	32	40	4	19	38	50	17	28,3	29	23	15	34,9	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	20	25	9	42,9	17	22,4	20	33,3	43	34,1	9	20,9	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	11	13,8	3	14,3	8	10,5	15	25	26	20,6	6	14	69	17
Toplam	80	100	21	100	76	100	60	100	126	100	43	100	406	100

$X^2 = 36.238$ ;  $sd=20$ ;  $p=.014^*$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin eğitim düzeyi açısından günlük sosyal medya araçlarını kullanma süreleri incelendiğinde; en fazla ilkokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “3-4 yıl” (%35), en düşük oran “1-6 ay” (%8,8) arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. Ortaokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “5 yıl” (28,6) ile birlikte “6 yıl ve üzeri” (%28,6) olurken en düşük oran %4,8 “1-6 ay” (%4,8) kullanma süresi olarak bulunmuştur. Lise mezunu olanlar arasında en yüksek oran “6 yıl ve üzeri” (55,3) olurken, en düşük oran (%1,3) “1-6 ay” arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. Yüksekokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “6 yıl ve üzeri” (%71,7) olurken en düşük oran “1-6 ay” (%1,7) arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. Üniversite mezunu olanlar arasında en yüksek oran “6 yıl ve üzeri” (%68,3) olurken en düşük oran “1-6 ay” (%0) kullanma süresi olarak bulunmuştur. Yüksek lisans veya doktora mezunu olanlar arasında en yüksek oran “6 yıl ve üzeri” (%65,1) olurken en düşük oran “1-6 ay” ile “1-3 yıl” (%4,7) kullanma süresi olarak bulunmuştur.

Bireylerin sosyal medya araçlarını kullanma süreleri ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; eğitim düzeyi ile sosyal medya araçlarını kullanma süreleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 94.981$ ;  $sd=20$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 16).

Tablo 16: Katılımcıların Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıklarının Eğitime Göre Dağılımları

Sosyal Medyayı Kullanma Zamanları	Eğitim Düzeyi													
	En Fazla İlkokul Mezunu		Ortaokul Mezunu		Lise Mezunu		Yüksekokul (2 Yıllık)		Üniversite		Yüksek Lisans veya Doktora Mezunu		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-6 ay	7	8,8	1	4,8	1	1,3	1	1,7	0	0	2	4,7	12	3
1-3 yıl	15	18,8	5	23,8	6	7,9	6	10	10	7,9	2	4,7	44	10,8
3-4 yıl	28	35	3	14,3	14	18,4	5	8,3	12	9,5	6	14	68	16,7
5 yıl	20	25	6	28,6	13	17,1	5	8,3	18	14,3	5	11,6	67	16,5
6 yıl ve üzeri	10	12,5	6	28,6	42	55,3	43	71,7	86	68,3	28	65,1	215	53
Toplam	80	100	21	100	76	100	60	100	126	100	43	100	406	100

$\chi^2 = 94,981$ ;  $sd=20$ ;  $p=.000^*$

\* $p<0.05$

Tablo 17’de yaşlı bireylerin eğitim düzeyi açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti incelendiğinde en fazla ilkokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran “memnunum” (%76,3) olurken en düşük oran “hiç memnun değilim” (%2,5) olarak bulunmuştur. Ortaokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran ile “memnunum” (%71,4) olurken en düşük oran “memnun değilim” (%0) olarak bulunmuştur. Lise mezunu olanlar arasında en yüksek oran ile “memnunum” (%68,4) olurken en düşük oran “hiç memnun değilim” (%0) olarak bulunmuştur. Yüksekokul mezunu olanlar arasında en yüksek oran ile “memnunum” (%71,7) olurken en düşük oran “hiç memnun değilim” (%0) olarak bulunmuştur. Üniversite mezunu olanlar arasında en yüksek oran ile “memnunum” (%62,7) olurken en düşük oran “hiç memnun değilim” (%5,6) olarak bulunmuştur. Yüksek lisans veya doktora mezunu olanlar arasında en yüksek oran ile “memnunum” (%69,8) olurken en düşük oran “hiç memnun değilim” (%0) olarak bulunmuştur.

Bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyeti ile eğitim düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; Eğitim düzeyi açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti arasında gözlenen fark anlamlı bulunmamıştır ( $X^2 = 21.272$ ;  $sd=20$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 17).

**Tablo 17: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Memnuniyetlerinin Eğitime Göre Dağılımları**

Sosyal Medya Kullanım Memnuniyeti	Eğitim Düzeyi													
	En Fazla İlkokul Mezunu		Ortaokul Mezunu		Lise Mezunu		Yüksekokul (2 Yıllık)		Üniversite		Yüksek Lisans veya Doktora Mezunu		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Memnun değilim	2	2,5	1	4,8	0	0	0	0	7	5,6	0	0	10	2,5
Memnun Değilim	4	5	0	0	4	5,3	5	8,3	8	6,3	1	2,3	22	5,4
Kararsızım	5	6,3	2	9,5	8	10,5	4	6,7	15	11,9	2	4,7	36	8,9
Memnunum	61	76,3	15	71,4	52	68,4	43	71,7	79	62,7	30	69,8	280	69
Tamamen memnunum	8	10	3	14,3	12	15,8	8	13,3	17	13,5	10	23,3	58	14,3
Toplam	80	100	21	100	76	100	60	100	126	100	43	100	406	100

 $\chi^2 = 21.272; sd=20; p=.381$ 

\*p&lt;0.05

Bireylerin sosyal medya kullanım amaçları eğitim düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; eğitim düzeyi ile “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak”, “Bilgiye erişmek”, “Eğlence”, “Güncel olayları takip etmek” ve “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak” amaçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu saptanmıştır ( $p < .05$ ) (Tablo 18).



**Tablo 18: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Eğitime Göre Dağılımları**

Sosyal Medya Kullanım Amaçları	Eğitim Düzeyi														İstatistiksel Analiz
	En Fazla İlkokul Mezunu		Ortaokul Mezunu		Lise Mezunu		Yüksekokul (2 Yıllık)		Üniversite		Yüksek Lisans veya Doktora Mezunu		Toplam		
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	35	26,7	4	3,1	24	18,3	16	12,2	28	21,4	24	18,3	131	100	$X^2 = 24.109; sd=5; p=.000^*$
Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek	62	18,5	17	5,1	63	18,8	54	16,1	102	30,4	38	11,3	336	100	$X^2 = 5.042; sd=5; p=.411$
Eski arkadaşlarla iletişime geçmek	59	20,8	14	4,9	51	18	43	15,2	82	29	34	12	283	100	$X^2 = 4.127; sd=5; p=.531$
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	47	19,3	11	4,5	48	19,7	30	12,3	76	31,1	32	13,1	244	100	$X^2 = 7.110; sd=5; p=.213$
Bilgiye erişmek amacıyla	60	17,4	16	4,7	64	18,6	55	16	108	31,4	41	11,9	344	100	$X^2 = 13.126; sd=5; p=.022^*$
Zaman geçirmek için	38	17,9	12	5,7	49	23,1	24	11,3	63	29,7	26	12,3	212	100	$X^2 = 10.503; sd=5; p=.062$
Boş zamanlarımı değerlendirme	42	21,4	8	4,1	45	23	26	13,3	51	26	24	12,2	196	100	$X^2 = 9.718; sd=5; p=.084$
Eğlence amaçlı	35	20,3	11	6,4	38	22,1	15	8,7	46	26,7	27	15,7	172	100	$X^2 = 19.268; sd=5; p=.002^*$
Güncel olayları takip etmek amacıyla	62	18,2	14	4,1	62	18,2	50	14,7	112	32,8	41	12	341	100	$X^2 = 13.915; sd=5; p=.016^*$
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	46	19,7	10	4,3	40	17,1	33	14,1	68	29,1	37	15,8	234	100	$X^2 = 16.723; sd=5; p=.005^*$
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	46	19,6	10	4,3	46	19,6	32	13,6	68	28,9	33	14	235	100	$X^2 = 8.706; sd=5; p=.121$

\*  $p<0.05$

Akrabalarla görüşme sıklığı açısından kullanılan sosyal medya araçları incelendiğinde; akrabaları ile görüşme sıklığının “her zaman” olduğunu belirtenler tarafından en fazla facebook (%72,5), instagram (%17,5) ve en az twitter (%10) kullanılmaktadır. “Çok sık görüşenler” arasında en fazla instagram (%37,5), facebook (%31,3), ve en az ise twitter (%31,3) kullanılmaktadır. “Bazı zaman”larda görüşenler arasında en fazla facebook (%46,7), (%27,2) instagram ve en az (%26,1) twitter kullanılmaktadır. “Nadiren” görüşenler arasında en fazla twitter (%41,4), facebook (%32,3) ve en az ise instagram (%26,3) kullanılmaktadır. “Asla” görüşmeyenler arasında en fazla twitter (%61,9), instagram (%33,3) ve en az ise (%4,8) facebook kullanılmaktadır (Tablo 19).

Bireylerin sosyal medya araçları ile akrabalarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı açısından kullanılan sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 41.527$ ;  $sd=8$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 19).

**Tablo 19: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Araçlarının Dağılımları**

Sosyal Medya Araçları	Akrabalarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Facebook	29	72,5	10	31,3	84	46,7	43	32,3	1	4,8	167	41,1
Instagram	7	17,5	12	37,5	49	27,2	35	26,3	7	33,3	110	27,1
Twitter	4	10	10	31,3	47	26,1	55	41,4	13	61,9	129	31,8
Toplam	40	100	32	100	180	100	133	100	21	100	406	100

$X^2 = 41.527$ ;  $sd=8$ ;  $p=.000^*$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı açısından sosyal medya araçlarını kullanma süreleri incelendiğinde; “her zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %62,5 ile “6 yıl ve üzeri”, en düşük oran %0 ile “1-6 ay” arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. “Çok sık görüşenler” arasında en yüksek oran %50 ile “6 yıl ve üzeri” olurken en düşük oran %12,5 ile “1-3 ve 3-4 yıl” arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. “Bazı zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %53,3 ile “6 yıl ve üzeri” olurken en düşük oran %3,3 ile “1-6 ay” arasında bulunmuştur. “Nadiren” görüşenler arasında en yüksek oran %54,1 ile “6 yıl ve üzeri” olurken en düşük oran %0 ile “1-6 ay” arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. “Asla” görüşmeyenler arasında en yüksek oran %28,6 ile “3 yıl ve üzeri” kullanma süresi olurken en düşük oran %4,8 ile “1-6 ay” arasında bulunmuştur (Tablo 20).

Bireylerin sosyal medya kullanım süreleri ile akrabalarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı ile sosyal medya kullanım süreleri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 43.590$ ;  $sd=16$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 20).

**Tablo 20: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıklarının Dağılımı**

Sosyal Medyayı Kullanma Zamanı	Akrabalarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-6 ay	0	0	5	15,6	6	3,3	0	0	1	4,8	12	3
1-3 yıl	7	17,5	4	12,5	21	11,7	10	7,5	2	9,5	44	10,8
3-4 yıl	5	12,5	4	12,5	34	18,9	19	14,3	6	28,6	68	16,7
5 yıl	3	7,5	3	9,4	23	12,8	32	24,1	6	28,6	67	16,5
6 yıl ve üzeri	25	62,5	16	50	96	53,3	72	54,1	6	28,6	215	53
Toplam	40	100	32	100	180	100	133	100	21	100	406	100

$X^2 = 43.590$ ;  $sd=16$ ;  $p=.000^*$

\* $p<0.05$

Tablo 21’de yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı açısından günlük sosyal medya kullanma sıklığı incelendiğinde; “her zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %32,5 ile “biraz”, en düşük oran %7,5 ile “çok sık” olarak bulunmuştur. “Çok sık” görüşenler arasında en yüksek oran %34,4 ile “nadiren”, en düşük oran %3,1 ile “çok

sık” olarak bulunmuştur. “Bazı zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %36,1 ile “az”, en düşük oran %4,4 ile “çok sık” olarak bulunmuştur. “Nadiren” görüşenler arasında en yüksek oran %37,6 ile “biraz” olurken en düşük oran %4,5 ile “çok sık” olarak bulunmuştur. “Asla” görüşmeyenler arasında en yüksek oran %42,9 ile “biraz” olarak, en düşük oran %0 ile “nadiren” olarak bulunmuştur.

Bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı ile akrabalarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı ile günlük sosyal medya kullanım süreleri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 33.926$ ;  $sd=16$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 21).

**Tablo 21: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Günlük Sosyal Medya Kullanımının Dağılımı**

Günlük Sosyal Medya Kullanım Süresi	Akrabalarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	3	7,5	1	3,1	8	4,4	6	4,5	3	14,3	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	4	10	4	12,5	20	11,1	29	21,8	6	28,6	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	13	32,5	9	28,1	54	30	50	37,6	9	42,9	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	11	27,5	7	21,9	65	36,1	32	24,1	3	14,3	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	9	22,5	11	34,4	33	18,3	16	12	0	0	69	17
Toplam	40	100	32	100	180	100	133	100	21	100	406	100

$X^2 = 33.926$ ;  $sd=16$ ;  $p=.006^*$

\* $p<0.05$

Tablo 22’de yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti incelendiğinde; “her zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %67,5 ile “memnunum” olurken en düşük oran %2,5 ile “hiç memnun değilim ve memnun değilim” olarak bulunmuştur. “Çok sık” görüşenler arasında en yüksek oran %62,5 ile “memnunum” olurken en düşük oran %3,1 ile “kararsızım” olarak bulunmuştur. “Bazı zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %69,4 ile “memnunum” olurken en düşük oran %0,6 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. “Nadiren” görüşenler arasında en yüksek oran %71,4 ile “memnunum” olurken en düşük oran %3 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. “Asla” görüşmeyenler arasında en yüksek oran %61,9 ile “memnunum” olurken en düşük oran %0 ile “hiç memnun değilim ve memnun değilim” olarak bulunmuştur.

Bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyeti ile akrabalarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin akrabalarla görüşme sıklığı ile sosyal medya kullanım memnuniyeti arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 33.588$ ;  $sd=16$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 22).

**Tablo 22: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Günlük Sosyal Medya Kullanımı Memnuniyetinin Dağılımı**

Sosyal Medya Kullanımı Memnuniyeti	Akrabalarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Memnun değilim	1	2,5	4	12,5	1	0,6	4	3	0	0	10	2,5
Memnun Değilim	1	2,5	2	6,3	14	7,8	5	3,8	0	0	22	5,4
Kararsızım	7	17,5	1	3,1	18	10	9	6,8	1	4,8	36	8,9
Memnunum	27	67,5	20	62,5	125	69,4	95	71,4	13	61,9	280	69
Tamamen memnunum	4	10	5	15,6	22	12,2	20	15	7	33,3	58	14,3
Toplam	40	100	32	100	180	100	133	100	21	100	406	100

$X^2 = 33.588$ ;  $sd=16$ ;  $p=.006^*$

\* $p<0.05$

Araştırmaya katılan yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı açısından kullanılan sosyal medya araçları incelendiğinde; “her zaman” görüşenler arasında %65,72 facebook, %20 instagram ve %14,3 twitter kullanılmaktadır. “Çok sık” görüşenler arasında %44,3 facebook, %37,7 instagram ve %18 twitter kullanılmaktadır. “Bazı zamanlarda” görüşenler arasında %43,5 facebook, %31,5 twitter, %25 instagram kullanılmaktadır. “Nadiren” görüşenler arasında %45,3 twitter, %28,3 facebook ve

%26,4 instagram kullanılmaktadır. “Asla” görüşmeyenler arasında %50 instagram, %50 twitter ve %0 facebook kullanılmaktadır (Tablo 23).

Yaşlı bireylerin kullandıkları sosyal medya kullanım araçları ile arkadaşlarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı ile kullandıkları sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 29.254$ ;  $sd=8$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 23).

**Tablo 23: Katılımların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Araçları Arasındaki Dağılımı**

Sosyal Medya Araçları	Arkadaşlarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Facebook	23	65,7	27	44,3	87	43,5	30	28,3	0	0	167	41,1
İnstagram	7	20	23	37,7	50	25	28	26,4	2	50	110	27,1
Twitter	5	14,3	11	18	63	31,5	48	45,3	2	50	129	31,8
Toplam	35	100	61	100	200	100	106	100	4	100	406	100

$X^2 = 29.254$ ;  $sd=8$ ;  $p=.000^*$

\* $p<0.05$

Tablo 24’te yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı açısından sosyal medya araçlarını ne kadar süredir kullandıkları incelendiğinde; “her zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %48,6 ile 6 yıl ve üzeri olurken en düşük oran %2,9 ile 1-6 ay arasında olurken kullanma süresi olarak bulunmuştur. “Çok sık görüşenler” arasında en yüksek oran %59 ile 6 yıl ve üzeri olurken en düşük oran %8,2 ile 1-6 ay arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. “Bazı zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %53 ile 6 yıl ve üzeri olurken en düşük oran %1,5 ile 1-6 ay kullanma süresi olarak bulunmuştur. “Nadiren” görüşenler arasında en yüksek oran %51,9 ile 6 yıl ve üzeri kullanma süresi olurken en düşük oran %2,8 ile 1-6 ay olarak bulunmuştur. “Asla” görüşmeyenler arasında en yüksek oran %50 ile 3-4 yıl kullanma süresi olurken en düşük oran %0 ile 1-6 ay ve 1-3 yıl arasında olarak bulunmuştur.

Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım süreleri ile arkadaşlarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı ile sosyal medya kullanım süreleri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $X^2 = 38.414$ ;  $sd=16$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 24).



**Tablo 24: Katılımcıların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıkları Arasındaki Dağılımı**

Sosyal Medyayı Ne Kadar Süredir Kullandıkları	Arkadaşlarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-6 ay	1	2,9	5	8,2	3	1,5	3	2,8	0	0	12	3
1-3 yıl	10	28,6	6	9,8	23	11,5	5	4,7	0	0	44	10,8
3-4 yıl	4	11,4	5	8,2	41	20,5	16	15,1	2	50	68	16,7
5 yıl	3	8,6	9	14,8	27	13,5	27	25,5	1	25	67	16,5
6 yıl ve üzeri	17	48,6	36	59	106	53	55	51,9	1	25	215	53
Toplam	35	100	61	100	200	100	106	100	4	100	406	100

$X^2 = 38.414$ ;  $sd=16$ ;  $p=.001^*$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı açısından günlük sosyal medya kullanma sıklığı incelendiğinde; “Her zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %42,9 ile biraz olurken en düşük oran %5,7 ile çok sık olarak bulunmuştur. “Çok sık” görüşenler arasında en yüksek oran %27,9 ile az-nadiren olurken en düşük oran %4,9 ile çok sık olarak bulunmuştur. “Bazı zaman” görüşenler arasında en yüksek oran %34 ile az olurken en düşük oran %5 ile çok sık olarak bulunmuştur. “Nadiren” görüşenler arasında en yüksek oran %36,8 ile biraz olurken en düşük oran %5,7 ile çok sık olarak bulunmuştur. Asla görüşmeyenler arasında en yüksek oran %75 ile biraz olurken en düşük oran %0 ile çok sık-az-nadiren olarak bulunmuştur (Tablo 25).

Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı ile arkadaşlarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı ile günlük sosyal medya kullanım sıklığı arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $X^2 = 19.584$ ;  $sd=16$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 25).

**Tablo 25: Katılımcıların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Günlük Sosyal Medya Kullanma Sıklığı Arasındaki Dağılımı**

Günlük Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Arkadaşlarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	2	5,7	3	4,9	10	5	6	5,7	0	0	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	4	11,4	9	14,8	27	13,5	22	20,8	1	25	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	15	42,9	15	24,6	63	31,5	39	36,8	3	75	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	7	20	17	27,9	68	34	26	24,5	0	0	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	7	20	17	27,9	32	16	13	12,3	0	0	69	17
Toplam	35	100	61	100	200	100	106	100	4	100	406	100

$X^2 = 19.584$ ;  $sd=16$ ;  $p=.240$

\* $p<0.05$

Katılımcıların arkadaşlarla görüşme sıklığı açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti incelendiğinde; her zaman görüşenler arasında en yüksek oran %62,9 ile “memnunum” olurken en düşük oran %0 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. Çok sık görüşenler arasında en yüksek oran %65,6 ile “memnunum” olurken en düşük oran %4,9 ile “hiç memnun değilim-memnun değilim” olarak bulunmuştur. Bazı zaman görüşenler arasında en yüksek oran %69 ile “memnunum” olurken en düşük oran %2,5 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. Nadiren görüşenler arasında en yüksek oran %73,6 ile “memnunum” olurken en düşük oran %1,9 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. Asla görüşmeyenler arasında en yüksek oran %50 ile “memnunum-tamamen memnunum” olurken en düşük oran %0 ile “hiç memnun değilim-memnun değilim-kararsızım” olarak bulunmuştur (Tablo 26).

Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyeti ile arkadaşlarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin arkadaşlarla görüşme sıklığı ile sosyal medya kullanım memnuniyeti arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $X^2 = 17.649$ ;  $sd=16$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 26).

**Tablo 26: Katılımcıların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medya Kullanım Memnuniyeti Arasındaki Dağılımı**

Sosyal Medya Kullanım Memnuniyeti	Arkadaşlarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Memnun değilim	0	0	3	4,9	5	2,5	2	1,9	0	0	10	2,5
Memnun Değilim	1	2,9	3	4,9	13	6,5	5	4,7	0	0	22	5,4
Kararsızım	3	8,6	5	8,2	23	11,5	5	4,7	0	0	36	8,9
Memnunum	22	62,9	40	65,6	138	69	78	73,6	2	50	280	69
Tamamen memnunum	9	25,7	10	16,4	21	10,5	16	15,1	2	50	58	14,3
Toplam	35	100	61	100	200	100	106	100	4	100	406	100

$$X^2 = 17.649; \quad sd=16; \quad p=.345$$

\* $p<0.05$

Yaşlı bireylerin çocuklarıyla görüşme sıklığı açısından kullanılan sosyal medya araçları incelendiğinde; her zaman görüşenler arasında %99,4 facebook, %0,6 twitter ve %0 instagram kullanılmaktadır. Çok sık görüşenler arasında %100 instagram ve %0

twitter ve facebook kullanılmaktadır. Bazı zamanlarda görüşenler arasında %100 twitter, %0 facebook ve instagram ve kullanılmaktadır. Nadiren görüşenler arasında %100 twitter, %0 facebook ve instagram kullanılmaktadır. Asla görüşmeyenler arasında %100 instagram, %0 facebook ve twitter kullanılmaktadır (Tablo 27).

Yaşlı bireylerin kullandıkları sosyal medya araçları ile çocuklarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin çocuklarıyla görüşme sıklığı ile sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $X^2 = 806.455$ ;  $sd=8$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 27).

**Tablo 27: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Araçları Arasındaki Dağılımı**

Sosyal Medya Araçları	Çocuklarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Facebook	167	99,4	0	0	0	0	0	0	0	0	167	41,1
İnstagram	0	0	80	100	0	0	0	0	30	100	110	27,1
Twitter	1	0,6	0	0	98	100	30	100	0	0	129	31,8
Toplam	168	100	80	100	98	100	30	100	30	100	406	100

$X^2 = 806.455$ ;  $sd=8$ ;  $p=.000^*$

\* $p<.05$

Tablo 28’de yaşlı bireylerin çocuklarla görüşme sıklığı açısından sosyal medya araçlarını kullanma süreleri incelendiğinde her zaman görüşenler arasında en yüksek oran %63,7 ile “6 yıl ve üzeri” olurken en düşük oran %1,2 ile “1-6 ay” arasında kullanma süresi olarak bulunmuştur. Çok sık görüşenler arasında en yüksek oran %42,5 ile “6 yıl ve üzeri” kullanma süresi olurken en düşük oran %7,5 ile “1-6 ay” arasında olarak bulunmuştur. Bazı zaman görüşenler arasında en yüksek oran %36,7 ile “6 yıl ve üzeri” kullanma süresi olurken en düşük oran %4,1 ile “1-6 ay” arasında olarak bulunmuştur. Nadiren görüşenler arasında en yüksek oran %56,7 ile “6 yıl ve üzeri” kullanma süresi olurken en düşük oran %0 ile “1-6 ay” arasında olarak bulunmuştur. Asla görüşmeyenler arasında en yüksek oran %70 ile “6 yıl ve üzeri” kullanma süresi olurken en düşük oran %0 ile “1-6 ay” arasında olarak bulunmuştur.

Yaşlı bireylerin sosyal medyayı kullandıkları zaman ile çocuklarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin çocuklarıyla görüşme sıklığı ile sosyal medyayı kullandıkları zaman

arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $X^2 = 44.706$ ;  $sd=16$ ;  $p<.05$ ). (Tablo 28).

**Tablo 28: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıkları Arasındaki Dağılımı**

Sosyal Medyayı Ne Kadar Süredir Kullandıkları	Çocuklarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1-6 ay	2	1,2	6	7,5	4	4,1	0	0	0	0	12	3
1-3 yıl	17	10,1	14	17,5	10	10,2	2	6,7	1	3,3	44	10,8
3-4 yıl	26	15,5	12	15	25	25,5	4	13,3	1	3,3	68	16,7
5 yıl	16	9,5	14	17,5	23	23,5	7	23,3	7	23,3	67	16,5
6 yıl ve üzeri	107	63,7	34	42,5	36	36,7	17	56,7	21	70	215	53
Toplam	168	100	80	100	98	100	30	100	30	100	406	100

$X^2 = 44.706$ ;  $sd=16$ ;  $p=.000^*$

\* $p<0.05$

Araştırma sonucunda yaşlı bireylerin çocuklarla görüşme sıklığı açısından günlük sosyal medya kullanma sıklığı incelendiğinde; her zaman görüşenler arasında en yüksek oran %36,3 ile “az” olurken en düşük oran %5,4 ile “çok sık” olarak bulunmuştur. Çok sık görüşenler arasında en yüksek oran %38,8 ile “biraz” olurken en düşük oran %2,5 ile “çok sık” olarak bulunmuştur. Bazı zaman görüşenler arasında en yüksek oran %42,9 ile “biraz” olurken en düşük oran %5,1 ile “çok sık” olarak bulunmuştur. Nadiren görüşenler arasında en yüksek oran %30 ile “biraz” olurken en düşük oran %10 ile “çok sık-nadiren” olarak bulunmuştur. Asla görüşmeyenler arasında en yüksek oran %36,7 ile “biraz” olurken en düşük oran %3,3 ile “nadiren” olarak bulunmuştur (Tablo 29).

Yaşlı bireylerin günlük sosyal medyayı kullanma sıklıkları ile çocuklarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin çocuklarıyla görüşme sıklığı ile günlük sosyal medya kullanım sıklıkları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $X^2 = 39.364$ ;  $sd=16$ ;  $p<.05$ ) (Tablo 29).

**Tablo 29: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Sıklığı Arasındaki Dağılımı**

Günlük Sosyal Medya Kullanım Sıklığı	Çocuklarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	9	5,4	2	2,5	5	5,1	3	10	2	6,7	21	5,2
Sık (Günde 6-8 saat arası)	21	12,5	5	6,3	19	19,4	8	26,7	10	33,3	63	15,5
Biraz (Günde 4-6 saat)	42	25	31	38,8	42	42,9	9	30	11	36,7	135	33,3
Az (Günde 2-4 saat)	61	36,3	25	31,3	19	19,4	7	23,3	6	20	118	29,1
Nadiren (Günde 2 saatten az)	35	20,8	17	21,3	13	13,3	3	10	1	3,3	69	17
Toplam	168	100	80	100	98	100	30	100	30	100	406	100

$X^2 = 39.364$ ;  $sd=16$ ;  $p=.001^*$

\* $p<0.05$

Tablo 30’da yaşlı bireylerin çocuklarla görüşme sıklığı açısından sosyal medya kullanım memnuniyeti incelendiğinde; her zaman görüşenler arasında en yüksek oran %65,5 ile “memnunum” olurken en düşük oran %3,6 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. Çok sık görüşenler arasında en yüksek oran %71,3 ile “memnunum” olurken en düşük oran %2,5 ile “hiç memnun değilim-memnun değilim” olarak bulunmuştur. Bazı zaman görüşenler arasında en yüksek oran %70,4 ile “memnunum” olurken en düşük oran %2 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur. Nadiren görüşenler arasında en yüksek oran %76,7 ile “memnunum” olurken en düşük oran %0 ile “hiç memnun değilim-kararsızım” olarak bulunmuştur. Asla görüşmeyenler arasında en yüksek oran %70 ile “memnunum” olurken en düşük oran %0 ile “hiç memnun değilim” olarak bulunmuştur.

Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyeti ile çocuklarla görüşme sıklığı arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaşlı bireylerin çocuklarıyla görüşme sıklığı ile sosyal medya kullanım memnuniyeti arasındaki ilişkinin anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $X^2 = 13.542$ ;  $sd=16$ ;  $p>.05$ ) (Tablo 30).



**Tablo 30: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medya Memnuniyet Düzeyi Arasındaki Dağılımı**

Sosyal Medya Memnuniyet Düzeyi	Çocuklarla görüşme sıklığı											
	Her Zaman		Çok Sık		Bazı Zaman		Nadiren		Asla		Toplam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Memnun değilim	6	3,6	2	2,5	2	2	0	0	0	0	10	2,5
Memnun Değilim	13	7,7	2	2,5	4	4,1	2	6,7	1	3,3	22	5,4
Kararsızım	20	11,9	6	7,5	8	8,2	0	0	2	6,7	36	8,9
Memnunum	110	65,5	57	71,3	69	70,4	23	76,7	21	70	280	69
Tamamen memnunum	19	11,3	13	16,3	15	15,3	5	16,7	6	20	58	14,3
Toplam	168	100	80	100	98	100	30	100	30	100	406	100
Chi-Square (Ki-Kare) Değeri	$X^2 = 13.542$ ; $sd=16$ ; $p=.633$											

\* $p<0.05$

### 3.2.1. Sosyal Medya Kullanımının Yaşam Doyumu, Yalnızlık ve Sosyal Destek İlişkisi

Araştırmanın bu bölümünde sosyal medya kullanımının yaşam doyumu, yalnızlık ve algılanan sosyal destek düzeyi ile arasındaki ilişki ele alınacaktır.

#### 3.2.1.1. Çalışmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Tablo 31’de ölçeklere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ele alınmıştır. İstatistiklere bakıldığında Yaşam doyumunda 5-25 arasında puan dağılımı olmuş ve ortalama puan 16,2 olarak hesaplanmıştır. Yalnızlık ölçeğinde puan dağılımı 12-30 arasındayken ortalama 20,7 hesaplanmıştır. Sosyal destekte dağılım 12-84 aralığında iken ortalama 56,4 olarak hesaplanmıştır. Cronbach Alfa verileri ölçeklerin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir.

**Tablo 31: Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler**

	Minimum	Maximum	Min.	Max.	Ortalama	SS	Cronbach Alfa
Yaşam Doyumu	1	5	5,0	25,0	16,2	5,2	.873
Yalnızlık	1	5	12,0	30,0	20,7	3,3	.886
Sosyal Destek	1	5	12,0	84,0	56,4	20,7	.959

Araştırmada kullanılan yaşam doyumu ölçeği ile ilgili maddelere bakıldığında en yüksek ortalama 3,4 puan ile “Yaşamımdan memnunum.” ifadesinde bulunmuştur. En düşük ortalama ise 3,1 puan ile “Yaşam koşullarım mükemmeldir.” ile “Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.” ifadelerinde bulunmuştur (Tablo 32).

**Tablo 32: Yaşam Doyumu ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler**

Yaşam Doyumu ile İlgili Maddeler	N	Minimum	Maximum	Ortalama	SS
İdeallerime yakın bir yaşantım vardır.	406	1,0	5,0	3,2	1,2
Yaşam koşullarım mükemmeldir.	406	1,0	5,0	3,1	1,2
Yaşamımdan memnunum.	406	1,0	5,0	3,4	1,1
Şimdiye kadar yaşamımdan istediğim önemli şeylere sahip oldum.	406	1,0	5,0	3,3	1,2

Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki					
hemen hemen hiçbir şeyi	406	1,0	5,0	3,1	1,3
değiştirmezdim.					
Yaşam Doyumu Toplam Puanı	406	5,0	25,0	16,2	5,2

Tablo 33’te yaşlı bireylerin yalnızlık ile ilgili ifadeleri incelendiğinde; en yüksek ortalama 4,1 puan ile “9- Etrafımda çok sayıda insan olduğu durumları özledim.” ifadesinde bulunulmuştur. En düşük ortalama ise 1,5 puan ile “1-Her zaman günlük sorunlarımı konuşabileceğim birisi var.” ile “11-Ne zaman ihtiyaç hissetsem arkadaşlarımı arayabilir ve görüşebilirim.” ifadeleri belirtilmiştir (Tablo 33).

**Tablo 33: Yalnızlık ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler**

Yalnızlık ile İlgili İfadeler	N	Minimum	Maximum	Ortalama	SS
1-Her zaman günlük sorunlarımı konuşabileceğim birisi var.	406	1,0	3,0	1,5	0,8
2- Gerçekten yakın bir arkadaşına sahip olmayı özledim.	406	1,0	5,0	4,0	0,8
3- Hayatımda genel bir boşluk duygusu hissediyorum.	406	1,0	5,0	3,8	0,9
4- Bir problemim olduğunda destek alabileceğim birçok kişi var	406	1,0	3,0	1,7	0,8
5- Başkalarıyla birlikte hoş vakit geçirmeyi özledim.	406	1,0	5,0	4,3	0,8
6- Çevremdeki tanıdık ve dostlarımdan çok az sayıda olduğunu düşünüyorum.	406	1,0	5,0	4,0	0,9
7- Tam anlamıyla güvenebileceğim birçok kişi var.	406	1,0	3,0	2,0	0,8
8- Kendimi yakın hissettiğim yeterince kişi var.	406	1,0	3,0	1,8	0,8
9- Etrafımda çok sayıda insan olduğu durumları özledim.	406	1,0	5,0	4,1	0,9
10- Sık sık reddedildiğimi hissediyorum.	406	1,0	5,0	3,7	0,8
11- Ne zaman ihtiyaç hissetsem arkadaşlarımı arayabilir ve görüşebilirim	406	1,0	3,0	1,5	0,7
Yalnızlık Toplam Puanı	406	12,0	30,0	20,7	3,3

Araştırma verileri kapsamında algılanan sosyal destek ile ilgili ifadelere bakıldığında en yüksek ortalama 5,2 puan ile “3. Ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana gerçekten yardımcı olmaya çalışır.”, “8. Sorunlarımı ailemle (örneğin, annemle, babamla, eşimle, çocuklarımla, kardeşlerimle) konuşabilirim.” ve “11. Kararlarımı vermede ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana yardımcı olmaya isteklidir.” ifadeleri bulunmuştur. En düşük ortalama ise 4,2 puan ile “1. ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve ihtiyacım olduğunda yanımda olan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor)

var.” ile “2. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.” ifadeleri bulunmuştur (Tablo 34).

**Tablo 34: Algılanan Sosyal Destek ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler**

<b>Algılanan Sosyal Destek ile İlgili İfadeler</b>	<b>N</b>	<b>Minimum</b>	<b>Maximum</b>	<b>Ortalama</b>	<b>SS</b>
1. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve ihtiyacım olduğunda yanımda olan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.	406	1,0	7,0	4,2	2,3
2. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.	406	1,0	7,0	4,2	2,2
3. Ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana gerçekten yardımcı olmaya çalışır.	406	1,0	7,0	5,2	2,0
4. İhtiyacım olan duygusal yardımı ve desteği ailemden (örneğin, annemden, babamdan, eşimden, çocuklarımdan, kardeşlerimden) alırım.	406	1,0	7,0	5,1	2,0
5. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve beni gerçekten rahatlatan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.	406	1,0	7,0	4,3	2,2
6. Arkadaşlarım bana gerçekten yardımcı olmaya çalışırlar.	406	1,0	7,0	4,8	2,0
7. İşler kötü gittiğinde arkadaşlarıma güvenebilirim.	406	1,0	7,0	4,5	2,0
8. Sorunlarımı ailemle (örneğin, annemle, babamla, eşimle, çocuklarımla, kardeşlerimle) konuşabilirim.	406	1,0	7,0	5,2	1,9
9. Sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim arkadaşlarım var.	406	1,0	7,0	4,7	2,0
10. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve duygularıma önem veren bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.	406	1,0	7,0	4,3	2,2
11. Kararlarımı vermede ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana yardımcı olmaya isteklidir.	406	1,0	7,0	5,2	2,0
12. Sorunlarımı arkadaşlarımla konuşabilirim	406	1,0	7,0	4,7	2,0
<b>Algılanan Sosyal Destek Toplam Puan</b>	<b>406</b>	<b>12,0</b>	<b>84,0</b>	<b>56,4</b>	<b>20,7</b>

Tablo 35’e göre bireylerin yaşam doyumları ile sosyal medya kullanımlarına ilişkin istatistiksel analizler incelendiğinde yaşlı bireylerin yaşam doyumları ile sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $F=8.805;p<.05$ ). Yaşlıların sosyal medya kullanım memnuniyeti açısından analizler incelendiğinde; memnunum ile tamamen memnunum ifadesine sahip yaşlı bireylerin ortalaması, memnun değilim ifadesini seçen yaşlı bireylerin ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur. Yaşlıların yaşam doyumları

ile sosyal medyayı günlük kullanım sıklıkları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $F=3.812;p<.05$ ). Yaşlıların sosyal medyayı kullanım sıklıklarında; biraz ifadesine sahip katılımcıların ortalaması, az ifadesini seçen katılımcıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur (Tablo 35).

**Tablo 35: Bireylerin Yaşam Doyumları ile Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Davranışları Arasındaki İlişkiye İlişkin İstatistiksel Analizler**

Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Davranışları	N	%	$\bar{X}$	SS	İstatistiksel Analiz	
<b>Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları</b>						
Facebook	167	41,1	16,3	4,8	F=0.481;	
İnstagram	110	27,1	16,3	5,3	sd=2-403;	
Twitter	129	31,8	15,8	5,6	p=.618	
<b>Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri</b>						
1. Hiç Memnun değilim	10	2,5	15,3	5,0	<b>F=8.805;</b> <b>sd=4-401;</b> <b>p=.000*</b>	<b>2. – 4.</b> <b>2. – 5.</b>
2. Memnun Değilim	22	5,4	10,7	4,5		
3. Kararsızım	36	8,9	14,9	5,3		
4. Memnunum	280	69,0	16,4	4,9		
5. Tamamen memnunum	58	14,3	17,8	5,6		
<b>Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Süreleri</b>						
1-6 ay	12	3,0	16,1	5,2	F=2.374; sd=4-401; p=.052	
1-3 yıl	44	10,8	16,6	5,1		
3-4 yıl	68	16,7	16,6	5,2		
5 yıl	67	16,5	17,5	5,7		
6 yıl ve üzeri	215	53,0	15,5	5,0		
<b>Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklıkları</b>						
1. Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	21	5,2	15,0	6,5	<b>F=3.812;</b> <b>sd=4-401;</b> <b>p=.005*</b>	<b>Biraz</b> <b>(Günde 4-6</b> <b>saat) – Az</b> <b>(Günde 2-4</b> <b>saat)</b>
2. Sık (Günde 6-8 saat arası)	63	15,5	16,8	5,2		
3. Biraz (Günde 4-6 saat)	135	33,3	17,3	5,5		
4. Az (Günde 2-4 saat)	118	29,1	15,1	4,6		
5. Nadiren (Günde 2 saatten az)	69	17,0	15,4	4,7		

\*  $p<0.05$

Yaşlıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak” ( $t=3,066;p<.05$ ); “Mevcut arkadaşlarımla iletişimi devam ettirmek” ( $t=2,316;p<.05$ ); “Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek” ( $t=2,335;p<.05$ ); “Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak” ( $t=2,990;p<.05$ ); “Boş zamanlarını değerlendirme” ( $t=2,910;p<.05$ ); “Güncel olayları takip etmek”

( $t=2,807$ ;  $p<.05$ ); “Düşüncelerini başkalarıyla paylaşmak” ( $t=2,182$ ;  $p<.05$ ) ifadelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Tablo 36).

**Tablo 36: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları**

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları	N	%	$\bar{X}$	SS	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	131	32,3	17,3	5,3	<b>t=3,066; sd=404; p=.002*</b>
	275	67,7	15,6	5,1	
Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek	336	82,8	16,4	5,1	<b>t=2,316; sd=404; p=.023*</b>
	70	17,2	14,8	5,4	
Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek	283	69,7	16,5	5,2	<b>t=2,335; sd=404; p=.020*</b>
	123	30,3	15,3	5,1	
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	244	60,1	16,8	5,2	<b>t=2,990; sd=404; p=.003*</b>
	162	39,9	15,2	5,1	
Bilgiye erişmek amacıyla	344	84,7	16,3	5,2	$t=1,786$ ; $sd=404$ ; $p=.078$
	62	15,3	15,1	4,9	
Zaman geçirmek için	212	52,2	16,4	5,2	$t=0,936$ ; $sd=404$ ; $p=.350$
	194	47,8	15,9	5,2	
Boş zamanlarımı değerlendirme	196	48,3	16,9	5,3	<b>t=2,910; sd=404; p=.004*</b>
	210	51,7	15,4	5,0	
Eğlence amaçlı	172	42,4	16,5	5,1	$t=1,285$ ; $sd=404$ ; $p=.200$
	234	57,6	15,9	5,3	
Güncel olayları takip etmek amacıyla	341	84	16,5	5,2	<b>t=2,807; sd=404; p=.006*</b>
	65	16	14,5	5,2	
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	234	57,6	16,6	5,2	<b>t=2,182; sd=404; p=.030*</b>
	172	42,4	15,5	5,2	
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	235	57,9	16,4	5,2	$t=1,283$ ; $sd=404$ ; $p=.200$
	171	42,1	15,8	5,2	

\*  $p<0.05$

Tablo 37’ye göre yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri ile demografik değişkenler arasındaki ilişkiye ilişkin istatistiksel analizler incelendiğinde; yaşlıların yalnızlık düzeyleri ile sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $F=18.934$ ;  $p<.05$ ). Facebook ve Instagram kullanan yaşlıların ortalaması, twitter kullanan yaşlıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur. Yaşlıların yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya kullanma süreleri arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $F=6.007$ ;  $p<.05$ ). 3-4 yıl kullanım süresine sahip yaşlıların ortalaması, 1-3 yıl ile 6 yıl ve üzeri kullanım süresine sahip yaşlıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur. Yaşlıların yalnızlık düzeyleri

ile sosyal medya günlük kullanım sıklıkları arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $F=4.739; p<.05$ ). Çok sık-sık-biraz ifadesine sahip yaşlıların ortalaması, nadiren ifadesine sahip yaşlıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur. Ayrıca sık ve biraz ifadesine sahip yaşlıların ortalaması, az ifadesine sahip yaşlıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur (Tablo 37).

**Tablo 37: Bireylerin Yalnızlık Düzeyleri ile Demografik Değişkenleri Arasındaki İlişkiye İlişkin İstatistiksel Analizler**

Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Davranışları	N	%	$\bar{X}$	SS	İstatistiksel Analiz	
<b>Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları</b>						
Facebook	167	41,1	30,8	5,5	<b>F=18.934;</b> <b>sd=2-403;</b> <b>p=.009*</b>	<b>Facebook – Twitter</b> <b>Instagram – Twitter</b>
İnstagram	110	27,1	31,6	6,3		
Twitter	129	31,8	34,9	6,0		
<b>Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri</b>						
Hiç Memnun değilim	10	2,5	29,3	3,3	<b>F=1.329;</b> <b>sd=4-401;</b> <b>p=.258</b>	
Memnun Değilim	22	5,4	33,6	4,7		
Kararsızım	36	8,9	31,4	6,4		
Memnunum	280	69,0	32,2	6,2		
Tamamen memnunum	58	14,3	33,2	6,4		
<b>Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Süreleri</b>						
1-6 ay	12	3,0	32,8	6,7	<b>F=6.007;</b> <b>sd=4-401;</b> <b>p=.000*</b>	<b>1 – 3 yıl – 3 – 4 yıl</b> <b>6 yıl ve üzeri – 3-4 yıl</b>
1-3 yıl	44	10,8	30,3	5,0		
3-4 yıl	68	16,7	34,7	5,9		
5 yıl	67	16,5	33,7	6,8		
6 yıl ve üzeri	215	53,0	31,5	5,8		
<b>Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklıkları</b>						
1. Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	21	5,2	34,5	6,2	<b>F=4.739;</b> <b>sd=4-401;</b> <b>p=.001*</b>	<b>Çok sık – Nadiren</b> <b>Sık – Nadiren</b> <b>Biraz – Nadiren</b> <b>Sık – Az</b> <b>Biraz – Az</b>
2. Sık (Günde 6-8 saat arası)	63	15,5	34,4	6,3		
3. Biraz (Günde 4-6 saat)	135	33,3	33,4	6,5		
4. Az (Günde 2-4 saat)	118	29,1	31,0	5,1		
5. Nadiren (Günde 2 saatten az)	69	17,0	29,6	5,3		

\* $p<0.05$

Tablo 38’de yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde; “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak” ( $t=6,262;p<.05$ ); “Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek ” ( $t=3,719;p<.05$ ); “Eski arkadaşlarla iletişime geçmek” ( $t=4,235;p<.05$ ); “Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak” ( $t=2,883;p<.05$ ); ); “Zaman geçirmek” ( $t=3,363;p<.05$ ); “Boş zamanlarımı değerlendirme” ( $t=4,964;p<.05$ ); “Eğlence amaçlı” ( $t=4,432;p<.05$ ); “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla” ( $t=2,182;p<.05$ ); “İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla ” ( $t=2,419;p<.05$ ) ifadelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Tablo 38).

**Tablo 38: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları**

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları	N	%	$\bar{X}$	SS	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	131	32,3	19,3	2,9	<b><math>t=-6,262</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.000^*</math></b>
	275	67,7	21,3	3,3	
Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek	336	82,8	20,4	3,2	<b><math>t=-3,719</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.000^*</math></b>
	70	17,2	22,1	3,4	
Eski arkadaşlarla iletişime geçmek	283	69,7	20,2	3,2	<b><math>t=-4,235</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.000^*</math></b>
	123	30,3	21,7	3,1	
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	244	60,1	20,3	3,2	<b><math>t=-2,883</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.004^*</math></b>
	162	39,9	21,3	3,3	
Bilgiye erişmek amacıyla	344	84,7	20,7	3,3	$t=0,344$ ; $sd=404$ ; $p=.732$
	62	15,3	20,5	3,3	
Zaman geçirmek için	212	52,2	20,2	3,1	<b><math>t=-3,363</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.001^*</math></b>
	194	47,8	21,2	3,3	
Boş zamanlarımı değerlendirme	196	48,3	19,9	3,1	<b><math>t=-4,964</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.000^*</math></b>
	210	51,7	21,4	3,2	
Eğlence amaçlı	172	42,4	19,9	3,2	<b><math>t=-4,432</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.000^*</math></b>
	234	57,6	21,3	3,2	
Güncel olayları takip etmek amacıyla	341	84	20,6	3,3	$t=-1,422$ ; $sd=404$ ; $p=.158$
	65	16	21,2	3,2	
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	234	57,6	20,1	3,2	<b><math>t=-4,461</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.000^*</math></b>
	172	42,4	21,5	3,2	
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	235	57,9	20,4	3,4	<b><math>t=-2,419</math>; <math>sd=404</math>; <math>p=.016^*</math></b>
	171	42,1	21,1	3,1	

\*  $p<0.05$

Tablo 39’a göre yaşlı bireylerin sosyal destek algıları ile demografik değişkenleri arasındaki ilişkiye ilişkin istatistiksel analizler incelendiğinde; yaşlıların sosyal destek algıları ile sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $F=4.852;p<.05$ ). Instagram kullanan yaşlıların ortalaması, twitter kullanan yaşlıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur (Tablo 39).



**Tablo 39: Bireylerin Sosyal Destek Alguları ile Demografik Değişkenleri Arasındaki İlişkiye İlişkin İstatistiksel Analizler**

Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Davranışları	N	%	$\bar{X}$	SS	İstatistiksel Analiz	
<b>Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları</b>						
Facebook	167	41,1	56,8	21,0	F=4.852; sd=2-403; p=.008*	Instagram - Twitter
İnstagram	110	27,1	60,6	18,6		
Twitter	129	31,8	52,3	21,3		
<b>Katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri</b>						
Hiç Memnun değilim	10	2,5	61,7	13,2	F=1.685; sd=4-401; p=.153	
Memnun Değilim	22	5,4	46,0	23,6		
Kararsızım	36	8,9	55,8	25,1		
Memnunum	280	69,0	56,7	19,6		
Tamamen memnunum	58	14,3	58,0	21,9		
<b>Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Süreleri</b>						
1-6 ay	12	3,0	52,3	20,5	F=2.381; sd=4-401; p=.051	
1-3 yıl	44	10,8	60,5	19,3		
3-4 yıl	68	16,7	50,8	20,9		
5 yıl	67	16,5	54,5	20,0		
6 yıl ve üzeri	215	53,0	58,1	20,8		
<b>Katılımcıların Sosyal Medyayı Günlük Kullanım Sıklıkları</b>						
1. Çok sık (Günde 8 saatten fazla)	21	5,2	52,4	26,3	F=0.495; sd=4-401; p=.499	
2. Sık (Günde 6-8 saat arası)	63	15,5	53,8	21,3		
3. Biraz (Günde 4-6 saat)	135	33,3	55,7	19,9		
4. Az (Günde 2-4 saat)	118	29,1	58,1	20,2		
5. Nadiren (Günde 2 saatten az)	69	17,0	58,4	20,6		

\* p<0.05

Yaşlıların sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde; “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak” (t=4,837;p<.05); “Zaman geçirmek için” (t=3,738;p<.05); “Boş zamanları değerlendirme” (t=3,615;p<.05); “Eğlence amaçlı” (t=2,581;p<.05) ifadelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir (Tablo 40).

**Tablo 40: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları**

Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları	N	%	$\bar{X}$	SS	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	131 275	32,3 67,7	49,3 59,8	20,8 19,7	<b>t=-4,837; sd=404; p=.000*</b>
Mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek	336 70	82,8 17,2	56,7 54,9	20,4 22,1	t=0,637; sd=404; p=.525
Eski arkadaşlarla iletişime geçmek	283 123	69,7 30,3	55,9 57,6	20,1 21,9	t=-0,728; sd=404; p=.468
Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	244 162	60,1 39,9	56,1 56,8	21,2 19,8	t=-0,374; sd=404; p=.709
Bilgiye erişmek amacıyla	344 62	84,7 15,3	55,7 59,9	20,8 19,9	t=-1,519; sd=404; p=.132
Zaman geçirmek için	212 194	52,2 47,8	52,8 60,3	21,4 19,2	<b>t=-3,738; sd=404; p=.000*</b>
Boş zamanlarımı değerlendirme	196 210	48,3 51,7	52,6 59,9	21,2 19,5	<b>t=-3,615; sd=404; p=.000*</b>
Eğlence amaçlı	172 234	42,4 57,6	53,3 58,7	21,5 19,8	<b>t=-2,581; sd=404; p=.010*</b>
Güncel olayları takip etmek amacıyla	341 65	84 16	56,4 56,5	20,4 22,1	t=-0,032; sd=404; p=.974
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	234 172	57,6 42,4	55,1 58,1	20,8 20,4	t=-1,457; sd=404; p=.146
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	235 171	57,9 42,1	54,8 58,6	20,5 20,7	t=-1,865; sd=404; p=.063

\*p<0.05

Tablo 41'e göre yaşlı bireylerin sosyal destek algıları ile yaşam doyumları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur ( $r = ,255; p < .05$ ). Bu sonuca göre yaşlı bireylerin sosyal destek algıları pozitif yönde değiştiğinde yaşam doyumlarının da artış gösterdiği söylenebilir. Öte yandan yalnızlık düzeyleri ile yaşam doyumları arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır ( $r = -,083; p > .05$ ). Benzer şekilde yalnızlık düzeyleri ile sosyal destek algıları arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır ( $r = ,001; p > .05$ ) (Tablo 41).

**Tablo 41: Yaşlı Bireylerin Yaşam Doyumunu, Yalnızlık ve Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki**

Değişkenler		Yaşam doyumunu	Yalnızlık	Sosyal destek
Yaşam doyumunu	r	1		
	p			
	N	406		
Yalnızlık	r	-,083	1	
	p	,093		
	N	406	406	
Sosyal destek	r	<b>,255</b>	,001	1
	p	<b>,000*</b>	,991	
	N	<b>406</b>	406	406

\*p<0.05

Yaşlı bireylerin yaşam doyumları ile sosyal medya kullanım memnuniyetleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur ( $r = ,237; p < .05$ ). Bu sonuca göre yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyetleri arttığında yaşam doyumlarının da artış gösterdiği söylenebilir. Öte yandan yaşam doyumları ile sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır ( $r = -,088; p > .05$ ). Benzer şekilde yaşam doyumları ile sosyal medya kullanım sıklıkları arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır ( $r = -,092; p > .05$ ) (Tablo 42).

**Tablo 42: Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Doyumunu Arasındaki İlişki**

Sosyal Medya Kullanımı		Yaşam doyumunu
Sosyal medya kullanım memnuniyeti	r	<b>,237</b>
	p	<b>,000*</b>
	N	<b>406</b>
Sosyal medya kullanım süresi	r	-,088
	p	,076
	N	406
Sosyal medya kullanım sıklığı	r	-,092
	p	,064
	N	406

\* p<0.05

Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya kullanım memnuniyetleri arasında negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur ( $r = -,118; p < .05$ ). Bu sonuca göre yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım memnuniyetleri arttığında yalnızlık düzeylerinin azaldığı söylenebilir. Ayrıca yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya kullanım süreleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur

( $r = ,144; p < .05$ ). Bu sonuca göre yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım süreleri arttığında yalnızlık düzeylerinin de arttığı söylenebilir. Son olarak yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya kullanım sıklığı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur ( $r = ,157; p < .05$ ). Bu sonuca göre yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım sıklığı arttığında yalnızlık düzeylerinin de arttığı söylenebilir (Tablo 43).

**Tablo 43: Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlık Düzeylerin Arasındaki İlişki**

Sosyal Medya Kullanımı		Yalnızlık
Sosyal medya kullanım memnuniyeti	r	-,118
	p	,017*
	N	406
Sosyal medya kullanım süresi	r	,144
	p	,004*
	N	406
Sosyal medya kullanım sıklığı	r	,157
	p	,002*
	N	406

\*  $p < 0.05$

Tablo 44'e göre yaşlı bireylerin sosyal destek algıları ile sosyal medya kullanım memnuniyetleri arasında anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunamamıştır ( $r = ,061; p > .05$ ). Ayrıca sosyal destek algıları ile sosyal medya kullanım süresi arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır ( $r = ,054; p > .05$ ). Benzer şekilde sosyal destek algıları ile sosyal medya kullanım sıklıkları arasında anlamlı bir korelasyon bulunamamıştır ( $r = ,088; p > .05$ ) (Tablo 44).

**Tablo 44: Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Destek Algıları Arasındaki İlişki**

Sosyal Medya Kullanımı		Sosyal destek
Sosyal medya kullanım memnuniyeti	r	,061
	p	,221
	N	406
Sosyal medya kullanım süresi	r	,054
	p	,275
	N	406
Sosyal medya kullanım sıklığı	r	,088
	p	,076
	N	406

\* $p < 0.05$

## 4. TARTIŞMA

Bu araştırmada amaç; yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımının yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. TÜİK (2021) verilerine göre yaşlıların tek başına yaşadığı hanehalkı oranının en yüksek olduğu il, %35,2 ile Burdur olmuştur. Burdur’u takip eden ikinci il %34,9 ile Balıkesir’dir. Bu durum ve araştırmacının yaşadığı ilin Balıkesir olması sebebiyle, araştırma Balıkesir il merkezinde yapılmıştır. Araştırma kapsamına Balıkesir il merkezinde yaşayan yaşlılar arasından gelişigüzel örnekleme yöntemi ile seçilen ve araştırmaya gönüllü olan bireyler alınmıştır. Bu bölümde araştırmanın amacına yönelik yapılan analizlerden elde edilen bulgular ilgili literatür çerçevesinde tartışılmaktadır.

### *Demografik Bilgiler*

Araştırma kapsamına alınan yaşlı bireylerin %50,0’sini kadınlar, %50,0’sini erkekler oluşturmaktadır. 60-64 yaş arasındaki bireylerin (%49,8), diğer yaş gruplarına göre daha fazladır. Yaşlılar arasında evli olanların oranının (%62,1) evli olmayanların oranına (%37,9) göre yüksektir. Yaşlılardan “Üniversite mezunu” (%31,0) olduğunu belirtenlerle, “2500 ve 5000 TL” (%47,0) gelire sahip olanlar ilk sırada yer almaktadır. Yaşlı bireylerin emekli olanların oranı (%56,9) daha fazladır. Katılımcıların aile gelir düzeylerine ilişkin memnuniyet düzeyleri durumuna bakıldığında; %36,7’si “memnunum” cevabını vermiştir. Yaşlılar arasında çocuk sahibi olanların oranının (%91,4) çocuk sahibi olmayanların oranına (%8,6) göre yüksek olduğu görülmüştür.

### *Bireylerin Sosyal Yaşamlarına İlişkin Bilgiler*

Yaşlı bireyler arasında eşi ile birlikte yaşayanlar (%39,9), yalnız (%27,6) yaşayanlara göre daha fazladır. Yaşlı bireylerin %3,2’si arkadaş veya bakıcı ile kalmaktadır. Yaşlıların %44,3’ü akrabaları, %49,3’ü arkadaşlarıyla bazı zaman görüşmektedir. Yaşlıların %41,4’ü çocukları ile her zaman görüşmektedir.

### *Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bulguların Yorumlanması*

Yaşlı bireyler sosyal medya araçlarından en fazla Facebook (%41,1) ‘u kullanmaktadır. 406 yaşlı birey arasından 208 kişi sosyal medya kullanımından memnun olduğunu dile getirmiştir. Sarı ve Çivril (2013, s. 32) çalışmasında, yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımlarının önemine vurgu yapmaktadır. Sosyal medya ile geniş bir

dünyaya giriş yaptıklarını ve sürekli öğrenme işlemi gerçekleştirilerek unutkanlık riskini azalttığı belirtilmiştir.

Yaşlı bireylerin çoğunluğu (%53,0) sosyal medyayı 6 yıl ve üzeri yıldır kullanmaktadır. Yaşlılar, sosyal medyayı en fazla (33,3), günlük 4-6 saat arasında kullanmaktadır. Yaşlı bireyler sosyal medyayı en çok “bilgiye erişmek” (%84,7), “güncel olayları takip etmek” (%84,0) ve “mevcut arkadaşlarla iletişimi devam ettirmek” (%82,8) amacıyla kullanmaktadır.

### ***Sosyal Medya Kullanımı ve Demografik Özellikler İlişkisinin Yorumlanması***

Bazı araştırmalar kadın ve erkek sosyal medya kullanıcılarının farklı kullanım tercihleri olduğunu belirtmektedir (Karavidas vd., 2005, s.710; Koopman- Boyden ve Reid, 2009, s. 1006; Loipha, 2014, s.109; Weiser vd., 2001, s.742). Fakat Thayer ve Ray (2006, s.439)’in yaptığı çalışmada cinsiyet değişkeninin farklı sosyal medya kullanım tercihlerinde etkili olmadığını belirtmektedir. Bu çalışmada ise, kadın ve erkeklerin sıklıkla kullandıkları sosyal medya aracı facebook olmuştur. Fakat sosyal medya aracı seçimi ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Bu durumda **H<sub>1a</sub>** hipotezi reddedilmiştir (P>0.05).

Araştırmada, cinsiyet açısından sosyal medya kullanım süresi, günlük sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medya kullanım memnuniyet düzeyi arasında herhangi anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Bu durumda, **H<sub>2a</sub>**, **H<sub>3a</sub>** ve **H<sub>4a</sub>** hipotezleri reddedilmiştir (P>0.05). Loipha (2014, s.108)’ün yaptığı çalışmada yaşlıların sosyal medya kullanım süreleri ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Bu durum araştırmamızın sonucunu destekler niteliktedir.

Şahin (2019, s.59)’in yaptığı çalışmada, internet kullanım amaçlarının cinsiyete göre farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Erkeklerin kadınlara göre haber sitesini takip etme, e-devlet uygulamasından yararlanma, e-posta kullanımı gibi amaçlar için interneti daha fazla kullandığı sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların sosyal medya kullanım amaçları ile cinsiyet değişkeni arasında “Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek” amacı bakımından gözlenen fark anlamlı bulunmuştur ( $X^2 = 3.371$ ;  $sd=1$ ;  $p<0.05$ ). Kadınlarda bu amaç için kullanım oranı %65,5 iken erkeklerde %69,7 olarak gerçekleşmiştir.

Araştırmalar yaşlılarda tercihleri belirleyen önemli bir faktörün yaş olduğu göstermektedir. Yaşın ilerlemesiyle birlikte internet kullanımının azaldığını ortaya koymaktadır (Selwyn vd., 2003, s.115; White vd., 2002, s.220; Adams Jr vd., 2003, s.922; Karavidas vd., 2005, s.710; Koopman-Boyden ve Reid, 2009, s.1006). Fakat bu çalışmada, yaşlı bireylerin sınıflanan tüm yaş gruplarında sosyal medyayı en çok “6 yıl ve üzeri” yıldır kullandıkları saptanmıştır. Yaş açısından sosyal medya kullanım süreleri arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $p<0.05$ ). Bu durumda, **H<sub>2b</sub>** hipotezi kabul edilmiştir. Araştırmanın diğer yapılan çalışmalardan farklı sonuç ortaya koymasını; diğer çalışmaların sosyal medya kullanımı üzerine değil internet kullanımına dair araştırma yapılmasının etkisi olduğu söylenebilir.

Erzurum ve Sinav (2019, s.278)’ın yaptığı çalışmada katılımcıların sosyal medyaya ilişkin genel görüşleri arasında yaşa bağlı bazı farklılıklar saptanmıştır. Buna göre 65-74 yaş grubu katılımcıların öncelikli olarak sosyal medya kullanımının yaygınlaşması yönünde teşvik edici bir çaba içerisinde buldukları belirlenmiştir. Bu yaş grubuna dâhil katılımcıların sosyal etkileşim ve bütünleşme konusunda sosyal medyanın gücünü diğer yaş gruplarına kıyasla daha fazla önemsedikleri ve kişilerarası iletişimin geliştirilmesinde sosyal medyayı önemli bir araç olarak gördükleri tespit edilmiştir. 65-74 yaş arası kişiler aynı zamanda sosyal medyayı düşüncelerini özgürce paylaşabilecekleri demokratik bir platform olarak görmektedir. 75-84 yaş grubuna dâhil katılımcılar arasında da sosyal medya kullanımının yaygınlaşması yönünde önemli bir çaba mevcuttur. Ancak bu kişiler için yüz yüze iletişim halen önemini korumaktadır. Bununla birlikte sosyal medya dostluk ve arkadaşlık ilişkileri anlamında katkı verici olumlu etkilere sahiptir. Sosyal medyanın yüz yüze kurulan ilişkilerin yerini tutmadığına yönelik düşünce 85 yaş ve üzeri katılımcılar arasında da oldukça yaygındır. Bu yaş grubuna dâhil katılımcılar da sosyal medyanın dostluk ve arkadaşlık ilişkileri konusunda ancak destekleyici bir rol oynayabileceğini düşünmektedir.

Bu çalışmada, yaşlıların kullandıkları sosyal medya araçları tercihi, belirlenen yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu durumda, **H<sub>1b</sub>** hipotezi kabul edilmiştir ( $P<0.05$ ). Örneğin; 60-64 yaş arası en çok facebook (%46,5) kullanırken, 70 ve daha yukarı yaş grubu en çok twitteri (%49,4) kullanmayı tercih etmektedir.

Sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medya memnuniyetinin yaş ile anlamlı bir ilişkisi olduğu gözlemlenmiştir. **H<sub>3b</sub>** ve **H<sub>4b</sub>** hipotezi kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ). Sosyal medya kullanım amaçlarından “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak”, “Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek”, “Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak”, “Boş zamanlarımı değerlendirme”, “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla” ve “İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla” ifadeleri açısından gözlenen farklar anlamlı bulunmuştur ( $p<0.05$ ).

Şahin (2009, s.56) yaptığı çalışmasında, eğitim düzeyi yüksek olan yaşlı bireylerin sosyal paylaşım siteleri ve sosyal medyayı kullanım amaçlarının çeşitliliği açısından düşük eğitim düzeyi olan bireylere kıyasla olumlu yönde farklılaştığı saptanmıştır. Bu çalışmada ise, eğitim düzeyi açısından sosyal medya araçları ve sosyal medya kullanım memnuniyeti arasında ilişki anlamlı bulunmamıştır. **H<sub>1c</sub>** ve **H<sub>4c</sub>** hipotezleri reddedilmiştir. ( $p>0.05$ ). Fakat eğitim düzeyi ile günlük sosyal medya kullanma sıklığı ve sosyal medya araçlarını kullanma süreleri arasında gözlenen fark anlamlı bulunmuştur. Eğitim düzeyinin yüksek olan bireylerin sosyal medyayı “6 yıl ve üzeri” süredir kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. **H<sub>3c</sub>** ve **H<sub>2c</sub>** hipotezleri kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ).

Yaşlı bireylerin kullandıkları sosyal medya araçları ile akrabalarla, arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklığı arasındaki ilişki ki-kare testi sonuçlarına göre incelendiğinde; yaşlı bireylerin sosyal medya araçları ile akraba, arkadaş ve çocuklar ile görüşme sıklığı arasından anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. **H<sub>1d</sub>**, **H<sub>1e</sub>** ve **H<sub>1f</sub>** hipotezleri kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ).

Yaşlı bireylerin sosyal medya memnuniyet düzeyleri ile akrabalarla görüşme sıklıkları arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. **H<sub>4d</sub>** hipotezi kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ). Fakat sosyal medya memnuniyet düzeyleri ile arkadaşlarla ve çocuklarla görüşme sıklıkları açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu durumda **H<sub>4e</sub>** ve **H<sub>4f</sub>** hipotezleri reddedilmiştir ( $p>0.05$ ).

Yaşlı bireylerin sosyal medyayı kullanma süreleri ile akraba, arkadaş ve çocuklarla görüşme sıklıkları arasında ilişki anlamlı bulunmuştur. **H<sub>2d</sub>**, **H<sub>2e</sub>** ve **H<sub>2f</sub>** hipotezleri kabul edilmiştir ( $p>0.05$ ). Yaşlılar sosyal medyayı yüzyüze iletişime geçemedikleri yakınlarıyla görüşmek amacıyla kullanmaktadır.



Yaşlı bireylerin günlük sosyal medya kullanım sıklığı, akrabalarla ve çocuklarla görüşme sıklığı arasında ilişki anlamlı bulunmuştur.  $H_{3a}$  ve  $H_{3f}$  hipotezleri kabul edilmiştir ( $p>0.05$ ). Fakat günlük sosyal medya kullanım sıklığı arkadaşlarla görüşme sıklığı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Bu durumda  $H_{3e}$  hipotezi reddedilmiştir ( $p<0.05$ ).

### ***Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Doyumu İlişkisinin Yorumlanması***

Litaratür çerçevesinde sosyal medya kullanımına dair farklı özellikler ile yaşam doyumu arasındaki ilişkiyi gösteren çeşitli çalışmalar mevcuttur. Yapılan çalışmalarda, çevrimiçi eğitim alan bireylerin yüz yüze eğitim alanlara göre yaşam doyum düzeylerindeki artışın daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Dorin, 2007, s.142; Sleger vd., 2008, s.183). İnternet üzerinden düzenli olarak görüşülen kişi sayısının yaşam doyumunu arttırdığına dair yapılan çalışmalarda mevcuttur (Şahin, 2019, s. 57). Bu çalışmada da, yaşlı bireylerin yaşam doyumları ile sosyal medya kullanımlarına ilişkin memnuniyet düzeyleri incelendiğinde katılımcıların yaşam doyumları ile sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri arasında anlamlı ve pozitif yöne ilişki bulunmuştur. Sosyal medyayı kullanmaktan memnun olan bireylerin yaşam doyum düzeylerindeki yüksek olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaşam doyumları ile sosyal medyayı günlük kullanım sıklıkları ve sosyal medya kullanım amaçları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Bu durumda,  $H_{5b}$ ,  $H_{5a}$  ve  $H_{5e}$  hipotezleri kabul edilmiştir ( $p<0.05$ ).

Bazı çalışmalar ise, bilgisayar kullanımı ve internette harcanan zamanın yaşam doyumunu arasında negatif yönde ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Karavidas vd., 2005, s. 709; Stepanikova vd., 2010, s.337). Bu çalışmada da, yaşlıların sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları ve sosyal medya kullanma süreleri ile yaşam doyumunu arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.  $H_{5a}$  ve  $H_{5c}$  hipotezleri reddedilmiştir ( $p>0.05$ ).

### ***Sosyal Medya Kullanımı ve Algılanan Sosyal Destek İlişkisinin Yorumlanması***

Sosyal medya kullanımını konu alan pek çok çalışma, algılanan sosyal destek ile sosyal medya kullanımının pozitif yönde ilişki içerisinde olduğunu ortaya koymaktadır (Wagner vd., 2010, s.881; Wright, 2000, s.117).

Araştırma sonuçlarına göre, yaşlı bireylerin sosyal destek algıları ile demografik değişkenler arasındaki ilişkiye ilişkin istatistiksel analizler incelendiğinde katılımcıların sosyal destek algıları ile sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. **H<sub>7a</sub>** hipotezi kabul edilmiştir ( $p < 0.05$ ). Instagram kullanan katılımcıların ortalaması, twitter kullanan katılımcıların ortalamasından anlamlı şekilde daha yüksek bulunmuştur.

Sosyal medyayı eğlence amacından ziyade iletişim amacıyla kullanan bireylerin algılanan sosyal destek düzeylerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Ericson ve Johnson, 2011, s.208). Aynı şekilde toplam sosyal medya kullanımının yılının fazla olması kişilerde iletişim ağlarına aktif katıldığını destekler nitelikte olup algılanan sosyal destek düzeylerine olumlu etki sağlamaktadır (Şahin, 2019, s.57).

Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyi; sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri, sosyal medya kullanım süreleri, günlük sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medya kullanma amaçlarına göre anlamlı bir farklılık olmadığı saptanmıştır. **H<sub>7b</sub>**, **H<sub>7c</sub>**, **H<sub>7e</sub>** ve **K** hipotezleri reddedilmiştir ( $p > 0.05$ ).

Şahin (2019, s.92) çalışmasında 65-74 yaş aralığında olma, evli olma, okuryazar/ilkokul ve lise/üniversite mezunu olma, gelirini iyi düzeyde algılama, üç ve üzeri çocuk sahibi olma, merkezde yaşama, yalnız yaşamama, kronik hastalığı olmama ve sağlığı iyi olarak algılanmanın yaşlıların sosyal destek algısını artırdığı belirlenmiştir. Bu kaynaklara ulaşma noktasında sosyal medyayı kullanma düzeyleri ile ilişkilendirildiğinde çalışmamızı destekler bulgulara ulaşılabilmektedir.

### ***Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlık İlişkisinin Yorumlanması***

Alanyazında sosyal medya kullanımı ve yalnızlık ilişkisine dair çalışmalara rastlanılsa da yalnızlığın doğrudan ilişkili olduğu depresyon ve umutsuzluk düzeyleri ile sosyal medya kullanımına dair özelliklerin ilişkisini ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Cotten vd., 2013, s.770; Dorin, 2007, s.135; White vd., 2002, s.216). Yapılan birçok çalışmada ise eğitim düzeyinin yalnızlık ile ilişkisi olduğu ortaya konulmuştur. Eğitim düzeyi düştükçe yalnızlık algısı artmaktadır (Routasalo vd., 2006, s.183; Savikko vd. 2005, s.230; Steptoe vd. 2013, s. 5799).

Aktaş ve Yılmaz (2017, s.90) çalışmasında, kendini daha az yalnız hisseden bireylerin sosyal medya kullanımında daha çok haberdar olma, güncel gelişmeleri takip

etme ve etkinliklerden haberdar olma gibi amaçlara yöneldiğini belirtmiştir. Yapılan bu çalışmada da, yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım amaçları ve yalnızlık düzeyleri incelendiğinde; “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak”; “Mevcut arkadaşlarımla iletişimi devam ettirmek”; “Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek”; “Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için”, “Zaman geçirmek için”, “Boş zamanlarımı değerlendirme”, “Eğlence amaçlı”, “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla”, “İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla” ifadelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu durumda  $H_{6e}$  hipotezi kabul edilmektedir ( $p<0.05$ ).

Şar vd., (2012, s.1055) yaptıkları çalışmada, yalnız yaşayan yaşlıların yalnızlık düzeylerini daha fazla bulmuş ve bu kişilerin daha fazla sosyal medya kullandığını belirtmiştir. Ayrıca yalnız kişilerin yalnız olmayanlara göre sosyal medya sitelerini daha fazla kullandığı sonucuna ulaşmıştır. Bu durum çalışmamızdaki  $H_{6c}$ ,  $H_{6d}$ ,  $H_{6b}$  ve  $H_{6a}$  hipotezlerini destekler niteliktedir. Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeylerinin; sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanımına ilişkin memnuniyet düzeyleri, sosyal medya kullanma süreleri ve günlük sosyal medya kullanma sıklıklarına göre anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0.05$ ). Sosyal medya kullanım memnuniyeti ile yalnızlık arasında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyayı kullanmaktan memnun olan kişiler daha az yalnızlık hissetmektedir. Sosyal medya kullanım sıklığı ve sosyal medyayı kullanım süresi ile yalnızlık düzeyi arasında pozitif ilişki bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal medyayı uzun süredir ve sık kullanan yaşlı bireyler yalnızlık duygusunu daha fazla yaşamaktadır.

## SONUÇ

Bu araştırmanın amacı; yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımlarının yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Araştırma sonucunda da elde edilecek bulgulara göre, bu süreçte yaşlıların sosyal medya kullanımlarına, yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeylerine yönelik faydalı olabilecek önerilerde bulunabilmek amacıyla planlanmış ve yürütülmüştür.

Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanımlarının yalnızlık, yaşam doyumu ve algılanan sosyal destek düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek, sosyal medya kullanımlarına dair memnuniyet düzeylerini belirlemek ve yaşlıları olumsuz etkileyen durumlar karşısında önerilerde bulunmak amacıyla yapılan bu araştırmadan elde edilen sonuçlar şu şekilde sıralanmaktadır;

- Araştırma kapsamına alınan bireylerin %50'sini kadınlar, %50'sini erkekler oluşturmaktadır.
- “60-64 yaş” arasındaki bireyler, diğer yaş gruplarındakilere göre fazladır.
- Gelir düzeyleri gruplamasında “2500-5000 TL” olan kişiler, diğer gelir düzeyine sahip kişilere göre daha fazladır.
- Yaşlı bireylerin kullandıkları sosyal medya araçları seçiminde cinsiyet faktörü etkili olmamaktadır ( $p>0.05$ ).
- Bireylerin sosyal medya kullanım amaçları ile cinsiyetleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; cinsiyet ile sadece “eski arkadaşlarla iletişime geçmek” amacı arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $p<0.05$ ).
- Bireylerin yaş açısından kullanılan sosyal medya araçları incelendiğinde 60-64 yaş arasında en çok “Facebook” (%46,5) kullanılmaktadır. Yaşlıların yaş açısından kullanılan sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin incelenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; yaş ile sosyal medya araçları arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu bulunmuştur ( $p<0.05$ ).
- Bireylerin yaş durumu sosyal medya kullanım süreleri, günlük sosyal medya kullanım sıklıkları ve sosyal medya kullanım memnuniyeti üzerinde etkili olmaktadır ( $p<0.05$ ).
- Yaşlıların sosyal medya kullanım amaçları yaş açısından incelendiğinde “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak”, “Eski

arkadaşlarla iletişime geçmek”, “Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak”, “Boş zamanlarımı değerlendirme”, “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla” ve “İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla” ifadeleri açısından gözlenen farklar anlamlı bulunmuştur ( $p<0.05$ ).

- Yaşlı bireylerin sosyal medya kullanım sıklığı ile eğitim düzeyi arasındaki ilişkinin belirlenmesi için uygulanan ki-kare analizine göre; eğitim düzeyi ile günlük sosyal medya kullanma sıklığı arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu gözlemlenmiştir ( $p<0.05$ ).
- Yaşlı bireylerin eğitim düzeyleri ile sosyal medya kullanım amaçları arasındaki ilişki incelendiğinde; “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak”, “Bilgiye erişmek amacıyla”, “Eğlence amaçlı”, “Güncel olayları takip etmek amacıyla” ve “Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla” ifadeleri açısından gözlenen farklar anlamlı bulunmuştur ( $p<0.05$ ).
- Yaşlı bireylerin akrabalarıyla görüşme sıklığı ile kullanılan sosyal medya araçları, sosyal medya kullanım süreleri, günlük kullanılan sosyal medya sıklığı, sosyal medya memnuniyeti arasındaki ilişki anlamlı bulunmuştur ( $p<0.05$ ).
- Yaşlı bireylerin arkadaşlarıyla görüşme sıklığı ile kullanılan sosyal medya araçları, sosyal medya kullanım süreleri, günlük sosyal medya kullanım sıklığı, sosyal medya kullanım memnuniyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir ( $p<0.05$ ).
- Yaşlı bireylerin çocukları ile görüşme sıklığı ile kullanılan sosyal medya araçları, sosyal medya kullanım süreleri, günlük sosyal medya kullanma sıklığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0.05$ ).
- Yaşlı bireylerin yaşam doyum düzeyleri incelenmiş olup; en yüksek ortalama (3,4) ile yaşamlarından memnun olduklarını belirtmişlerdir.
- Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri ile ilgili ifadelerine bakıldığında en yüksek ortalama (4,1) ile “Etrafımda çok sayıda insan olduğu durumları özlüyorum” ifadesinde bulunmuşlardır. Bu durum yalnızlık düzeylerinin yüksek olduğu hususunda bize bilgi verebilir.

- Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyleri incelendiğinde, en yüksek ortalama ile (5,2) “Ailem -örneğin anne, baba, eş, çocuk, kardeş-bana yardımcı olmaya çalışır.” ifadesinde bulunmuşlardır.
- Yaşlı bireylerin yaşam doyumları ile sosyal medya memnuniyet düzeyleri ( $F=8.805;p<.05$ ), günlük sosyal medya kullanım sıklıkları ( $F=3.812;p<.05$ ) arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılaştığı tespit edilmiştir.
- Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri ile kullandıkları sosyal medya araçları, sosyal medya kullanma süreleri, günlük sosyal medya kullanım sıklıkları arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur ( $p<.05$ ).
- Bireylerin sosyal destek algıları ile sıklıkla kullandıkları sosyal medya araçları arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır ( $p<.05$ ).
- Yaşlı bireylerin algıladıkları sosyal destek düzeyleri ve sosyal medya kullanım amaçları incelendiğinde; “Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak” ( $t=4,837;p<.05$ ); “Zaman geçirmek” ( $t=3,738;p<.05$ ); “Boş zamanlarımı değerlendirme”( $t=3,615;p<.05$ ); “Eğlence amaçlı” ( $t=2,581;p<.05$ ) ifadelerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.
- Yaşlı bireylerin yalnızlık düzeyleri ile sosyal medya kullanım memnuniyetleri arasında negatif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur ( $r= -,118; p<.05$ ). Yalnızlık düzeyi ile sosyal medya kullanım süreleri ( $r= ,114; p<.05$ ) ve sosyal medya kullanım sıklığı ( $r= ,157; p<.05$ ) arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir korelasyon ilişkisi bulunmuştur.

Balıkesir’de yaşayan yaşlı bireyler üzerinden yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar çerçevesinde çeşitli öneriler geliştirilmiştir. Bu öneriler şu şekilde sıralanabilir;

- Araştırmanın Balıkesir ili sınırları içinde ve 406 birey ile yapılması sınırlılığını oluşturmaktadır. Gelecek zamanlarda yapılacak olan araştırmaların örneklem sayısının arttırılması,
- Yaşlı bireylerle çalışan sosyal hizmet uzmanlarının, yaşlı yatılı olan ve olmayan bakım ve rehabilitasyon kurum ve kuruluşlarda istihdamının arttırılması,

- Yaşlı bireylere yönelik sosyal medyayı bilinçli kullanma eğitimi verilerek sosyal medya kullanma davranışlarının geliştirilmesi,
- Yaşlı bireylerin yaş gruplandırılması yapılarak, sosyal medya üzerinden en çok kullandıkları sosyal medya hesaplarında, ilgi alanlarına göre gruplara üye olmaları,
- Yaşlı bireylerin yaşam doyumlarını arttırıcı ve yalnızlıklarını giderici etkinliklere teşvik etme amaçlı sosyal medya üzerinden gruplar kurup iletişimlerinin güçlenmesini sağlayıcı eğitimler verilmesi,
- Emeklilik süreci ile birlikte gelirinde azalma yaşayan bireylere halk eğitimler, sivil toplum kuruluşları ve benzeri aracılığıyla hobi kursları açılıp yaptıkları el işlerini sosyal medyada sunarak satışının gerçekleştirilmesi önerilmektedir.
- Bu öneriler gerçekleştirilirken yaşlı bireylerin olası risklerden korunmalı, sosyal medyanın zarar verici sonuçlar doğurmasını engelleyici önlemler alınmalıdır.

## KAYNAKÇA

- Aarts, S., Peek, S. T. M., & Wouters, E. J. M. (2015). The Relation Between Social Network Site Usage And Loneliness And Mental Health In Community-Dwelling Older Adults. *International Journal of Geriatric Psychiatry*, 30(9), 942-949. <https://doi.org/10.1002/gps.4241>
- Abalı, A. Y. (2020). *Halk Eğitimi Merkezi Kurslarının Başarılı Yaşlanmaya Etkisinin İncelenmesi* (Yüksek Lisans Tezi). Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. <https://acikerisim.bartın.edu.tr/handle/11772/6475>
- About Chronic Diseases (2022). Six in ten adults in the US have a chronic disease and four in ten adults have two or more <https://www.cdc.gov/chronicdisease/about/index.htm> Erişim tarihi: 25.05.2022
- Adams Jr, H. P., Adams, R. J., Brott, T., Del Zoppo, G. J., Furlan, A., Goldstein, L. B., Grubb, R. L., Higashida, R., Kidwell, C., & Kwiatkowski, T. G. (2003). Guidelines For The Early Management Of Patients With İschemic Stroke: A Scientific Statement From The Stroke Council Of The American Stroke Association. *Stroke*, 34(4), 1056-1083.
- Akandere, M. (2007). Huzurevinde Kalan Yaşlılarda Fiziksel Aktivitelerin Yaşam Doyum Düzeylerine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 1-9.
- Akbaş, E., Yiğitoğlu, G. T., & Çunkuş, N. (2020). Yaşlılıkta Sosyal İzolasyon ve Yalnızlık. *OPUS International Journal of Society Researches*, 15(26), 4540-4562.
- Akbayır, Z. (2008). *Yeni İletişim Ortamı Olarak Kurumsal Bloglar: Türkiye'deki Şirketlerin Blog Kullanımları Üzerine Bir İnceleme* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Akçay, C. (2015). Yaşlılık ve Emeklilik. *Pegem Akademi, Ankara*, 12-187.
- Akgül, H., & Yeşilyaprak, B. (2015). "Yaşlılar İçin Yalnızlık Ölçeği" nin Türk Kültürüne Uyarlaması: Geçerlilik ve Güvenirlilik Çalışması. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 8(1).
- Akgül, H., & Yeşilyaprak, B. (2018). Yalnızlığı Azaltma Psiko-Eğitim Programının Yaşlıların Yalnızlık Düzeyine Etkisi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 8(14), 11-52



- Aksoy, A. D., & Günay, G. (2017). Yaşlıların Barınma İhtiyacına Alternatif Olarak Sürdürülebilir Yaşlı Köyleri. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(2), 1-19.
- Aktaş, H., & Yılmaz, N. (2017). Üniversite Gençlerinin Yalnızlık ve Utangaçlık Unsurları Açısından Akıllı Telefon Bağımlılığı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3(1), 85-100.
- Allen, S., Beales, S., Busolo, D., Clark, F., Eldridge, C., Gonzalez, O., Gorman, M., Hall, C., Heslop, A., & Hinchliff, P. (2002). State Of The World's Older People. *Helpage International*, 1Ağustos2015, <http://catalogue.iugm.qc.ca/GEIDEFile/SoTWoPeng.PDF>, 1-19.
- Altay, B., & Aydın A., İ. (2009). Samsun Huzurevinde Yaşayan Yaşlıların Bazı Özellikleri ile Depresyon Riski Arasındaki İlişki. *Türk Geriatri Dergisi*, 12(3), 147-155.
- Anadolu Ajansı (2022). Türkiye'de Nüfusun Yüzde 9,7'si Yaşlı. <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/turkiyede-nufusun-yuzde-9-7si-yasli/2539009> Erişim tarihi: 25.04.2022.
- Aquino, J. A., Russell, D. W., Cutrona, C. E., & Altmaier, E. M. (1996). Employment Status, Social Support, And Life Satisfaction Among The Elderly. *Journal of counseling psychology*, 43(4), 480.
- Arpacı, F. (2005). *Farklı Boyutlarıyla Yaşlılık*. Ankara: Türkiye İşçi Emeklileri Derneği Eğitim ve Kültür Yayınları.
- Arpacı, F., & Şahin, F. T. (2015). Yaşlı Bireylerin Yaşlı ve Çocuk Etkileşimine İlişkin Görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 19(1), 231-246.
- Arpacı, F., & Şahin, F. T. (2015). Yaşlı Bireylerin Yaşlı ve Çocuk Etkileşimine İlişkin Görüşleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 19(1), 231-246.
- Arslantaş, H., Adana, F., Abacigil Ergin, F., Kayar, D., & Acar, G. (2015). Loneliness in Elderly People, Associated Factors and Its Correlation with Quality of Life: A Field Study from Western Turkey. *Iranian Journal of Public Health*, 44(1), 43-50.
- Aslan, M., & Hocaoğlu, Ç. (2017). Yaşlanma ve Yaşlanma Dönemiyle İlişkili Psikiyatrik Sorunlar. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 53-62.
- Aslan, P. (2007). Yaşlılıkta Sağlıklı ve Bilinçli Beslenme. *Yaşlılıkta Kaliteli Yaşam. HÜ GEBAM*, 95-101.

- Aslan, P. (2011). *Halkla ilişkilerde yeni eğilimler: Sosyal medya* (Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, İstanbul.
- Aydın, N. (2022). *Dünya Yaşlanıyor Yüzde 19 Yaşlı Nüfus Oranı En Yüksek Kıta Avrupa*. <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/dunya-yaslaniyor-yuzde-19-ile-yasli-nufus-orani-en-yukse-kita-avrupa/2542113> Erişim tarihi: 05.04.2022
- Badur F. (2009). *Diyabetli Yaşlılarda İlaç Tedavisine Uyumun Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Baran, A.G. (2005). *Yaşlı ve Aile İlişkileri Araştırması: Ankara Örneği*. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü Yayınları.
- Barger, S. D., Messerli-Bürgy, N., & Barth, J. (2014). Social Relationship Correlates Of Major Depressive Disorder And Depressive Symptoms İn Switzerland: Nationally Representative Cross Sectional Study. *BMC public health*, 14(1), 1-10.
- Barrientos, A., Gorman, M., & Heslop, A. (2003). Old Age Poverty İn Developing Countries: Contributions And Dependence İn Later Life. *World development*, 31(3), 555-570
- Batan, S. N., & Ayten, A. (2015). Dinî Başa Çıkma, Psikolojik Dayanıklılık ve Yaşam Doyumu İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi*, 15(3), 67-92.
- Baycan, P. (2017). *Sosyal Medyanın Y Kuşağı Satın Alma Davranışı Üzerindeki Rolü*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Blit-Cohen, E., & Litwin, H. (2004). Elder Participation İn Cyberspace: A Qualitative Analysis Of Israeli Retirees. *Journal of Aging Studies*, 18(4), 385-398.
- Bostanci, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bostanci, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları* (Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Bostanci, M. (2015). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Milletvekili ve Seçmen Örneğinde Bir Alan Araştırması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.

- Bostanci, M. (2015). Bir siyasal iletişim aracı olarak sosyal medya: Milletvekili ve seçmen örneğinde bir alan araştırması.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, And Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Boylu, A., Günay, G. (2018). Yaşlı Bireylerde Algılanan Sosyal Desteğin Yaşam Doyumu Üzerine Etkisi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 1351-1363
- Bucak, E. (2018). *Huzurevinde Yaşamakta Olan Bir Grup Yaşlıda Yalnızlık Düzeylerini Yordayan Faktörler ve Aleksitimi ile İlişkinin İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Üsküdar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Buhse, M. (2015). The elderly person with multiple sclerosis: Clinical implications for the increasing life-span. *Journal of Neuroscience Nursing*, 47(6), 333-339.
- Bulut, Y. (2015). Hayat= Pazarlama. *Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara*.
- Burgaz, A. (2014). *Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Medyada Pazarlama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Burger, J. M. (2006). *Kisilik* (çev. ID Erguvan Sarioglu). *İstanbul: Kaknüs Yayınları*.
- Büker, H., & Uludağ, Ş. (2010). Şiddet İçerikli Video Oyunlarının Çocuklar ve Gençler Üzerindeki Etkileri: Saldırganlık, Şiddet ve Suça Dair Bir Değerlendirme. *Adli Bilimler Dergisi*, 9(4), 54-75.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*.
- Cacioppo, J. T., Hawkey, L. C., & Thisted, R. A. (2010). Perceived Social İsolation Makes Me Sad: 5-Year Cross-Lagged Analyses Of Loneliness And Depressive Symptomatology İn The Chicago Health, Aging, And Social Relations Study. *Psychology And Aging*, 25(2), 453.
- Campos, W., Martinez, A., Sanchez, W., Estrada, H., Castro-Sánchez, N. A., & Mujica, D. (2016). A Systematic Review Of Proposals For The Social İntegration Of Elderly People Using Ambient İntelligence And Social Networking Sites. *Cognitive Computation*, 8(3), 529-542.
- Canatan, A. (2008). Toplumsal Değerler ve Yaşlılar. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 1(1), 62-71.

- Carr, D. (2009). Who's To Blame? Perceived Responsibility For Spousal Death And Psychological Distress Among Older Widowed Persons. *Journal of Health and Social Behavior*, 50(3), 359-375.
- Chan, Y. K., & Lee, R. P. (2006). Network Size, Social Support And Happiness In Later Life: A Comparative Study Of Beijing And Hong Kong. *Journal of Happiness Studies*, 7(1), 87-112.
- Chang, I. C., Chang, C. H., Lian, J. W. And Wang, M. W. (2018) 'Antecedents And Consequences Of Social Networking Site Knowledge Sharing By Seniors: A Social Capital Perspective', *Library Hi Tech* 36(4): 651-64.
- Chesher, C. (2012). *Between image and information: The iPhone camera in the history of photography*. na.
- Cohen, H. L. (2002). Developing Media Literacy Skills To Challenge Television's Portrayal Of Older Women. *Educational Gerontology*, 28(7), 599-620.
- Cohen-Mansfield, J., Hazan, H., Lerman, Y., & Shalom, V. (2016). Correlates And Predictors Of Loneliness In Older-Adults: A Review Of Quantitative Results Informed By Qualitative Insights. *International psychogeriatrics*, 28(4), 557-576.
- Comm, J. (2010). *Twitter power 2.0: How to dominate your market one tweet at a time*. John Wiley & Sons.
- Cotten, S. R., Anderson, W. A., & McCullough, B. M. (2013). Impact Of Internet Use On Loneliness And Contact With Others Among Older Adults: Cross-Sectional Analysis. *Journal of medical Internet research*, 15(2), e2306.
- Çağlar, T. (2017). *Yaşlı Bakımı Modeller ve Uygulamalar*. Ankara: Nika Yayınevi.
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. (2015). Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 50, 254-277.
- Çelebi, Ç., & Yüksel, M. Y. (2014). Yaşlılık ve Yaşlılara Sunulan Psikolojik Danışma ve Rehberlik Uygulamalarına Bir Bakış. *Kalem Eğitim ve İnsan Bilimleri Dergisi*, 4(2), 175-202
- Dağlı A., & Baysal, N. (2016). Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59).
- Damiani, G., Farelli, V., Anselmi, A., Sicuro, L., Solipaca, A., Burgio, A., Iezzi, D. F., & Ricciardi, W. (2011). Patterns of long term care in 29 European countries: Evidence from an exploratory study. *BMC Health Services Research*, 11(1), 1-9.

- Danış, M. Z. (2004). Yaşlıların Evde Bakım Gereksinimleri ve Evde Bakıma İlişkin Düşünceleri: Başarılı Yaşlanma ve Yaşlı Bakım Modelleri. *Sosyal Hizmet Dizisi I, Ankara: Türkiye Güçsüzler ve Kimsesizlere Yardım Vakfı Yayını.*
- Dara, A. Y. (2013). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya. *Selçuk İletişim*, 7(1), 5-15. <https://doi.org/10.18094/si.57021>
- Davidson, J., Liebold, B., Liu, J., Nandy, P., Van Vleet, T., Gargi, U., Gupta, S., He, Y., Lambert, M., & Livingston, B. (2010). The Youtube Video Recommendation System. *Proceedings of the fourth ACM conference on Recommender systems*, 293-296.
- Davis, A., McMahon, C. M., Pichora-Fuller, K. M., Russ, S., Lin, F., Olusanya, B. O., Chadha, S., & Tremblay, K. L. (2016). Aging and Hearing Health: The Life-course Approach. *The Gerontologist*, 56 (12), 256-267. <https://doi.org/10.1093/geront/gnw033>
- De Jong Gierveld, J., & Kamphuis, F. H. (1985). The development of Rasch-type loneliness-scale. *Applied Psychological Measurement*, 9, 289-299. <https://doi.org/10.1177/014662168500900307>
- De Jong-Gierveld, J., & Kamphuis, F. (1985). The development of a Rasch-type loneliness scale. *Applied Psychological Measurement*, 9(3), 289-299. <https://doi.org/10.1177/014662168500900307>
- De Jong-Gierveld, J., & Van Tilburg, T. (1990). *Manual of the loneliness scale*. Vrije Universiteit Amsterdam, Netherlands.
- Deckx, L., van den Akker, M., & Buntinx, F. (2014). Risk Factors For Loneliness In Patients With Cancer: A Systematic Literature Review And Meta-Analysis. *European Journal of Oncology Nursing*, 18(5), 466-477.
- Dereli, F., Koca, B., Demircan, S., & Tor, N. (2010). *Bir Huzurevinde Kalan Yaşlıların Yalnızlık Düzeylerinin İncelenmesi*. Yeni Tıp Dergisi, 27(2), 93-97.
- Dhar, H. L. (2001). Gender, Aging, Health And Society. *The Journal of the Association of Physicians of India*, 49, 1012-1020.
- Diener, E. D., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. *Journal of personality assessment*, 49(1), 71-75.
- Diener, E., & Seligman, M. E. P. (2002). Very Happy People. *Psychological Science*, 13(1), 81-84. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00415>
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., & Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*, 49(1), 71-75. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901\\_13](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa4901_13)

- Diktaş Yerli, G. (2017). Yaşlılık Dönemi Özellikleri ve Yaşlılara Yönelik Sosyal Hizmetler. *Journal of International Social Research*, 10, 1278-1287. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1979>
- Domènech-Abella, J., Lara, E., Rubio-Valera, M., Olaya, B., Moneta, M. V., Rico-Urbe, L. A., Ayuso-Mateos, J. L., Mundó, J., & Haro, J. M. (2017). Loneliness And Depression In The Elderly: The Role Of Social Network. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 52(4), 381-390. <https://doi.org/10.1007/s00127-017-1339-3>
- Domènech-Abella, J., Mundó, J., Haro, J. M., & Rubio-Valera, M. (2019). Anxiety, depression, loneliness and social network in the elderly: Longitudinal associations from The Irish Longitudinal Study on Ageing (TILDA). *Journal of Affective Disorders*, 246. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2018.12.043>
- Dong, X., Beck, T., & Simon, M. A. (2009). Loneliness and mistreatment of older Chinese women: Does social support matter? *Journal of Women & Aging*, 21(4), 293-302. <https://doi.org/10.1080/08952840903285252>
- Dorin, M. (2007). Online Education of Older Adults and its Relation to Life Satisfaction. *Educational Gerontology*, 33(2), 127-143. <https://doi.org/10.1080/03601270600850776>
- Dünya Sağlık Örgütü, (2017). World Population Ageing. [https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017\\_Highlights.pdf](https://www.un.org/en/development/desa/population/publications/pdf/ageing/WPA2017_Highlights.pdf) Erişim tarihi: 28.05.2022
- Eker, D., Arkar, H., & Yaldiz, H. (2001). Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nin gözden geçirilmiş formunun faktör yapısı, geçerlik ve güvenilirliği. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 12(1), 17-25.
- Elbaşı, G. (2015). *Sosyal Medyada Pazarlama: Sosyal Medyada Kullanıcı Motivasyonunun Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Pazarlama Algısına İlişkin Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Eloranta, S., Arve, S., Isoaho, H., Aro, I., Kalam-Salminen, L., & Routasalod, P. (2014). Finnish Nurses Perceptions Of Care Of Older Patients. *International Journal Of Nursing Practice*, 20(2), 204-211.
- Emiroğlu, V. (1995). *Yaşlılık ve Yaşlının Sosyal Uyumu*. Ankara: Şafak Matbaacılık.
- Er, D. (2009). Psikolojik Açıdan Yaşlılık. *Fırat Sağlık Hizmetleri Dergisi*, 4(11), 132-142.

- Erdemir, N. (2017). *Tutundurma Karması Mecrası Olarak Sosyal Medya: Tüketici Satın Alma Davranış Sürecindeki Yeri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Ticaret Üniversitesi, Dış Ticaret Enstitüsü, İstanbul.
- Erickson, J., & Johnson, G. M. (2011). Internet use and psychological wellness during late adulthood. *Canadian Journal on Aging = La Revue Canadienne Du Vieillessement*, 30(2), 197-209. <https://doi.org/10.1017/S0714980811000109>
- Erikson, E. H. (1959). *Identity and the life cycle: Selected papers*. International Universities Press.
- Erten, Y. (2001). Yalnızlık-Yanlışlık. *Psikanaliz Yazıları*, 3, 29-38.
- Erzurum, F., & Sinav, A. (2019). 65 Yaş ve Üzeri Bireylerin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıklarının Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı Bağlamında İncelenmesi: Eskişehir İli Örneği.
- Evans, D. (2010). *Social Media Marketing: An Hour A Day*. John Wiley & Sons.
- Evans, I. E., Llewellyn, D. J., Matthews, F. E., Woods, R. T., Brayne, C., & Clare, L. (2019). Social İsolation, Cognitive Reserve, And Cognition İn Older People With Depression And Anxiety. *Aging & Mental Health*, 23(12), 1691-1700.
- Evcil, D. (2020) *Yaşlılarda rekreasyonel etkinliklere katılımın yaşam kaliteleri ve yalnızlık düzeyleri üzerine etkisinin incelenmesi*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Düzce Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Düzce.
- Finlay, J. M., & Kobayashi, L. C. (2018). Social isolation and loneliness in later life: A parallel convergent mixed-methods case study of older adults and their residential contexts in the Minneapolis metropolitan area, USA. *Social Science & Medicine* (1982), 208, 25-33. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2018.05.010>
- Fiori, K. L., Antonucci, T. C., & Cortina, K. S. (2006). Social network typologies and mental health among older adults. *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 61(1), P25-32. <https://doi.org/10.1093/geronb/61.1.p25>
- Fischer, E., & Reuber, A. R. (2011). Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior? *Journal of Business Venturing*, 26(1), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.09.002>
- Fried, E. I., Bockting, C., Arjadi, R., Borsboom, D., Amshoff, M., Cramer, A. O. J., Epskamp, S., Tuerlinckx, F., Carr, D., & Stroebe, M. (2015). From loss to loneliness: The relationship between bereavement and depressive symptoms.

*Journal of Abnormal Psychology*, 124(2), 256-265.  
<https://doi.org/10.1037/abn0000028>

- Gelekçi, C. (2016). 1960 Sonrası Dönemde Türkiye’de Nüfus Yapısı ve Bazı Temel Özellikleri Üzerine Tespitler. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 52. <https://doi.org/10.18368/IU/sk.63274>
- González, A., Ramírez, M. P., & Viadel, V. (2012). Attitudes of the Elderly Toward Information and Communications Technologies. *Educational Gerontology*, 38(9), 585-594. <https://doi.org/10.1080/03601277.2011.595314>
- Gök, M. (2020). *Aktif Yaşlanma ve Yaşlılara Yönelik Politikalar: Almanya Ve Türkiye Karşılaştırması*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Groot, W., van den Brink, H. M., & van Praag, B. (2007). The Compensating Income Variation of Social Capital. *Social Indicators Research*, 82(2), 189-207. <https://doi.org/10.1007/s11205-006-9035-9>
- Grundy, E. (2006). Ageing and vulnerable elderly people: European perspectives. *Ageing & Society*, 26(1), 105-134. <https://doi.org/10.1017/S0144686X05004484>
- Güçdemir, Y. (2012). *Sanal Ortamda İletişim Bir Halkla İlişkiler Perspektifi*. İstanbul: Derin Yayıncılık.
- Gülaçtı, F. (2010). The effect of perceived social support on subjective well-being. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 3844.
- Güleç, D. (2011). *Sağlık Turizmi Kapsamında Antiaging (Sağlıklı Yaşlanma) Uygulamaları ve Yaşlı Bakımı: Türkiye Değerlendirmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Güler, C. (2017). Açık ve uzaktan öğrenmede bireysel farklılık olarak yaş. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 125-145.
- Günay, G., Aydın B.A., Şahin, H., Demirci A.A. ve Oğuz, A. (2016). Yoksulluk ve Yaşlılık (Ed. V. Kalınkara). *Yaşlılık: Disiplinlerarası Yaklaşım* (s:165-196), Sorunlar, Çözümler.
- Gündüz, G. (2013). Yaşam Uzunluğunun Cinsiyetler Arası Farklılığının Biyolojik Nedenleri. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 6(2), 136-139.
- Ha, J.-H., Hougham, G. W., & Meltzer, D. O. (2019). Risk of Social Isolation among Older Patients: What Factors Affect the Availability of Family, Friends, and Neighbors upon Hospitalization? *Clinical Gerontologist*, 42(1), 60-69. <https://doi.org/10.1080/07317115.2018.1447524>



- Hall, C., & Zarro, M. A. (2012). Social curation on the website Pinterest.com. *ASIST*.  
<https://doi.org/10.1002/MEET.14504901189>
- Hanratty, B., Stow, D., Collingridge Moore, D., Valtorta, N. K., & Matthews, F. (2018). Loneliness as a risk factor for care home admission in the English Longitudinal Study of Ageing. *Age and Ageing*, 47(6), 896-900.  
<https://doi.org/10.1093/ageing/afy095>
- Harman, D. (1956). Aging: A theory based on free radical and radiation chemistry. *Journal of Gerontology*, 11(3). <https://doi.org/10.1093/geronj/11.3.298>
- Harman, D. (2002). Aging: A Theory Based on Free Radical and Radiation Chemistry. *Science of Aging Knowledge Environment*, 2002(37), cp14-cp14.  
<https://doi.org/10.1126/sageke.2002.37.cp14>
- Hasanoğlu, Y. (2019). *Sosyal Medya Kullanımı Düzeyinin Yalnızlık ve Yaşam Doyumu Açısından İncelenmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Okan Üniversitesi, Psikoloji Anabilim Dalı, İstanbul.
- Hawkley, L. C., Browne, M. W., & Cacioppo, J. T. (2005). How can I connect with thee? Let me count the ways. *Psychological Science*, 16(10), 798-804.  
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01617.x>
- Henning-Smith, C., Moscovice, I., & Kozhimannil, K. (2019). Differences In Social İsolation And İts Relationship To Health By Rurality. *The Journal Of Rural Health*, 35(4), 540-549. <https://doi.org/10.1111/jrh.12344>.
- Heo, J., Chun, S., Lee, S., Lee, K. H., & Kim, J. (2015). Internet use and well-being in older adults. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 18(5), 268-272. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0549>
- Holtslander, L., Baxter, S., Mills, K., Bocking, S., Dadgostari, T., Duggleby, W., Duncan, V., Hudson, P., Ogunkorode, A., & Peacock, S. (2017). Honoring the voices of bereaved caregivers: A Metasummary of qualitative research. *BMC Palliative Care*, 16(1), 48. <https://doi.org/10.1186/s12904-017-0231-y>
- Hughes, D., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28, 561-569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- Hutto, C. J., Bell, C., Farmer, S., Fausset, C., Harley, L., Nguyen, J., & Fain, B. (2015). Social media gerontology: Understanding social media usage among older adults. *Web Intelligence*, 13, 69-87. <https://doi.org/10.3233/WEB-150310>
- Huzurevleri ile Huzurevi Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezleri Yönetmeliği (2001). Resmi Gazete, 21.02.2001, Sayı 24325

<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2001/02/20010221.htm> Erişim Tarihi: 04.06.2022

- İlgar, L. (2008). Yaşlılık Dönemi Sosyal Özellikleri ve Serbest Zaman Etkinlikleri. K. Ersanlı ve M. Kalkan (Ed.), *Psikolojik, Sosyal ve Bedensel Açından Yaşlılık İçinde* (S. 63-96). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- İşlek, M.S. (2012). *Sosyal Medyanın Tüketici Davranışlarına Etkileri: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Johnson, D. P., & Mullins, L. C. (1989). Religiosity and loneliness among the elderly. *Journal of Applied Gerontology*, 8(1), 110-131.
- Kahraman, S., Zincir, H., Erten, Z. K., & Özkan, F. (2011). Bir Huzurevinde Yaşlı Kadın ve Erkeğin Ayrı Yaşamalarının Onların Yalnızlık ve Yaşam Doyumuna Etkisi. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 1-16.
- Kalınkara V, (2014). *Temel Gerontoloji Yaşlılık Bilimi*. Ankara: Nobel Yayın.
- Kalınkara, V. (2011). *Temel Gerontoloji: Yaşlılık Bilimi* (1. Basım). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kalınkara, V. (2016). *Temel Gerontoloji: Yaşlılık Bilimi*. (3.Baskı). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kalınkara, V., & Sari, İ. (2019). Yaşlılarda Sosyal Ağ Kullanımı ve Yalnızlık İlişkisinin Belirlenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 12(1), 8-19.
- Kalınkara, V., Günay, G., Boylu, A. A., Şahin, H., Arpacı, F., Ay, F., Başibüyük, G. Ö., Kalaycı, İ., Kiliç, C., Salman, M., & Artan, T. (2019). Farklı Alanlarda Öğrenim Gören Üniversite Öğrencilerinin Yaşlı Ayrımcılığına Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 12(2), 73-83.
- Kalkan, M. (2008). Yaşlılık: Tanımı, Sınıflandırılması ve Genel Bilgiler. K. Ersanlı ve M. Kalkan (Ed.), *Psikolojik, Sosyal Ve Bedensel Açından Yaşlılık İçinde* (S. 1-17). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Kapıkıran, Ş. (2016). Yaşlılarda Yalnızlık ile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki: Sosyal Desteğin Aracılık Rolünün Sınanması. *Yaşlı Sorunları Araştırma Dergisi*, 9(1), 13-25.
- Karadakovan A. (2014) Yaşlılığa Genel Bakış. İçinde, *Yaşlı Sağlığı ve Bakımı*. İstanbul: Akademisyen Tıp Kitabevi.

- Karadeniz, G. Ve Dedeli, Ö. (2008). Yaşlılık Dönemi Fiziksel Özellikleri. K. Ersanlı ve M. Kalkan (Ed.), *Psikolojik, Sosyal Ve Bedensel Açından Yaşlılık İçinde* (S. 19-38). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Karataş, S. (2000). *Sosyal Değişme ve Yaşlılık. Antropoloji ve Yaşlılık*. (Ed. G. Erkan ve V. Işıkhani). Ankara: HÜ Sosyal Hizmetler Yüksekokulu Yayın No: 006.
- Karavidas, M., Lim, N. K., & Katsikas, S. L. (2005). The effects of computers on older adult users. *Computers in Human Behavior*, 21(5), 697-711.
- Kaygusuz, C. (2008). Yaşlılık Kuramları. (Ersanlı, K. & Kalkan, M. 2008), Ankara, 215-250.
- Kemp, S. (2022). Digital 2022 Global Overview Report. <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> Erişim Tarihi: 02.04.2022
- Kılavuz, M. A. (2005). Batı Kültüründe Yaşlanma Dönemi Yalnızlık Duygusunu Azaltma ve Arkadaş İlişkilerini Geliştirme Açısından Dinî Etkilerin Önemi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 14(2), 25-39.
- Kırcova, İ. Ve Enginkaya, E. (2015). *Sosyal Medya Pazarlama*. İstanbul: Beta Basım.
- Knodel, J., & Ofstedal, M. B. (2003). Gender and Aging in the Developing World: Where Are the Men? *Population and Development Review*, 29(4), 677-698.
- Koç, M. (2002). Gelişim Psikolojisi Açısından Yaşlılık Döneminde Ruhsal Gelişim. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(12), 287-304.
- Koçak A. Ve Terkan B. (2010). Medya ve Yaşlılar: Yaşlıların Medya İzleme Davranışları Ve Motivasyonları, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Koopman-Boyden, P. G., & Reid, S. L. (2009). Internet/e-mail usage and well-being among 65-84 year olds in new Zealand: Policy implications. *Educational Gerontology*, 35(11), 990-1007. <https://doi.org/10.1080/03601270902917745>
- Koşar, N. (1996). *Sosyal Hizmetlerde Yaşlı Refahı Alanı*. Ankara. 1: 5-11
- Köknel, Ö. (2015). *Yaşlanmayan yaşlılar*. (1. Baskı). İstanbul: Okyanus Yayınevi.
- Köse, N., & Erkan, N. (2014). Kentsel Mekân Örgütlenmesinin Yaşlıların Kentsel Etkinlikleri Üzerindeki Etkisi, İstanbul ve Viyana Örneği. *Metu Journal Of The Faculty Of Architecture*, 31, 39-66. <https://doi.org/10.4305/METU.JFA.2014.1.3>
- Krause, N. (1991). Stress and isolation from close ties in later life. *Journal of Gerontology*, 46(4), S183-S194.

- Kubilay, G. (1994). *Yaşlılığa Genel Bakış*, Yaşlılara Evde Yardım Projesi Eğitim Programı, 1-5.
- Kurt, G., Yücel Beyaztaş, F., & Erkol, Z. (2010). Yaşlıların Sorunları ve Yaşam Memnuniyeti. *Adli Tıp Dergisi*, 24(2). <https://avesis.cumhuriyet.edu.tr/yayin/f43302ec-3193-43b5-9800-f269217bf9c5/yasli-larin-sorunlari-ve-yasam-memnuniyeti>
- Kutlu, F.Y. Ve Avcı, Ö.S. (2018). Yaşlı Ruh Sağlığına Toplum Ruh Sağlığı Hemşireliği Yaklaşımı. (Ed. G. Ünsal Barlas). *Toplum Ruh Sağlığı Hemşireliği*. İstanbul: Türkiye Klinikleri.
- Kutsal, G.Y. (2007). Yaşlılık Döneminde Sık Görülen Sağlık Sorunları. Yaşlılıkta Kaliteli Yaşam. *H.Ü. Gebam*, H.Ü. Hastaneleri Basım Evi, Ankara, 15-24.
- Lelkes, O. (2013). Happier and less isolated: Internet use in old age1. *Journal of Poverty and Social Justice*, 21, 33-46. <https://doi.org/10.1332/175982713X664047>
- Lim, M. H., Rodebaugh, T. L., Zyphur, M. J., & Gleeson, J. F. M. (2016). Loneliness over time: The crucial role of social anxiety. *Journal of Abnormal Psychology*, 125(5), 620-630. <https://doi.org/10.1037/abn0000162>
- Litwin, H., & Shiovitz-Ezra, S. (2011). Social network type and subjective well-being in a national sample of older Americans. *The Gerontologist*, 51(3),379-388. <https://doi.org/10.1093/geront/gnq094>
- Litwin, H., & Stoeckel, K. J. (2013). Social networks and subjective wellbeing among older Europeans: Does age make a difference? *Ageing & Society*, 33(7), 1263-1281. <https://doi.org/10.1017/S0144686X12000645>
- Litwin, H., Stoeckel, K. J., & Schwartz, E. (2015). Social networks and mental health among older Europeans: Are there age effects? *European Journal of Ageing*, 12(4), 299-309. <https://doi.org/10.1007/s10433-015-0347-y>
- Lju, L.J., & Guo, Q. (2008). Life satisfaction in a sample of empty-nest elderly: A survey in the rural area of a mountainous county in China. *Quality of Life Research : An International Journal of Quality of Life Aspects of Treatment, Care and Rehabilitation*, 17(6). <https://doi.org/10.1007/s11136-008-9370-1>
- Loipha, S. (2014). Thai Elderly Behavior of Internet Use. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 147. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.125>
- Löfvenmark, C., Mattiasson, A.-C., Billing, E., & Edner, M. (2009). Perceived loneliness and social support in patients with chronic heart failure. *European Journal of Cardiovascular Nursing*, 8(4), 251-258. <https://doi.org/10.1016/j.ejcnurse.2009.05.001>

- Luo, Y., & Waite, L. J. (2014). Loneliness and mortality among older adults in China. *The Journals of Gerontology. Series B, Psychological Sciences and Social Sciences*, 69(4), 633-645. <https://doi.org/10.1093/geronb/gbu007>
- McHugh Power, J., Hannigan, C., Hyland, P., Brennan, S., Kee, F., & Lawlor, B. A. (2020). Depressive symptoms predict increased social and emotional loneliness in older adults. *Aging & Mental Health*, 24(1), 110-118. <https://doi.org/10.1080/13607863.2018.1517728>
- Mckhann, G. M., Knopman, D. S., Chertkow, H., Hyman, B. T., Jack Jr, C. R., Kawas, C. H., & Phelps, C. H. (2011). The diagnosis of dementia due to Alzheimer's disease: Recommendations from the National Institute on Aging-Alzheimer's Association workgroups on diagnostic guidelines for Alzheimer's disease. *Alzheimer's & Dementia: The Journal of the Alzheimer's Association*, 7(3). <https://doi.org/10.1016/j.jalz.2011.03.005>
- McMullin, J. A., (2000). Diversity and the state of sociological aging theory. *The Gerontologist*, 40(5). <https://doi.org/10.1093/geront/40.5.517>
- Merdin, A. (2020). *Geleneksel Kültürde Yaşlı ve Yaşlılık: Kırşehir Örneklemi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Mick, P., & Pichora-Fuller, M. K. (2016). Is Hearing Loss Associated with Poorer Health in Older Adults Who Might Benefit from Hearing Screening? *Ear and Hearing*, 37(3), e194-201. <https://doi.org/10.1097/AUD.0000000000000267>
- Miletsky, J. (2010). *Principles of Internet marketing*. Boston: Cengage Learning.
- Miller, P.H. (2008). Gelişim Psikolojisi Kuramları, (Çev. Gültekin, Z. Yay. Haz. Onur, B.) Ankara: İmge Yayınevi.
- Mucuk, İ. (2009). *Pazarlama ikeleri*. İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Neugarten, B. L., Havighurst, R. J., & Tobin, S. S. (1961). The measurement of life satisfaction. *Journal of Gerontology*, 16, 134-143. <https://doi.org/10.1093/geronj/16.2.134>
- Newman, S. D., Li, C., & Krause, J. S. (2016). Social isolation after spinal cord injury: Indicators from the Longitudinal Aging Study. *Rehabilitation Psychology*, 61(4), 408-416. <https://doi.org/10.1037/rep0000112>
- Nicolaisen, M., & Thorsen, K. (2017). What Are Friends for? Friendships and Loneliness Over the Lifespan-From 18 to 79 Years. *International Journal of Aging & Human Development*, 84(2). <https://doi.org/10.1177/0091415016655166>

- Nihal, U., Çelik, T., Güngör, O. T., Ceylan, B. B., Kazancı, F., & Yiğitoğlu, R. (2013). Yaşlı Hastalarda Yüksek Eritrosit Sedimentasyon Hızının Nedenlerinin İncelenmesi. *Türk Hijyen ve Deneysel Biyoloji Dergisi*, 70(3), 135-140.
- Oklobdžija, S. (2015). The role and importance of social media in promoting music festivals. *Synthesis 2015-International Scientific Conference of IT and Business-Related Research*, 583-587.
- Olgun, B. (2014). *Sosyal Medya ve Tüketici Davranışları*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Olgun, S. (2016). Yaşlı Sağlığının Değerlendirilmesi. Kaptan, G. (Ed.), *Geriatrye Çok Yönlü Bakış* (1. Baskı) İçinde (S.163-182). İstanbul: Nobel Tıp Kitapevleri
- Onat, F., & Alikılıç, Ö. A. (2008). Sosyal Ağ Sitelerinin Reklam Ve Halkla İlişkiler Ortamları Olarak Değerlendirilmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 3(9), 0. <https://doi.org/10.19168/jyu.62214>
- Öksüzokyar, M. M., Eryiğit, S. Ç., Düzen, K. Ö., Mergen, B. E., Sökmen, Ü. N., & Öğüt, S. (2016). Biyolojik Yaşlanma Nedenleri ve Etkileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 0-0.
- Örnek Büken, N. (2010), "Geriatry ve Etik", Fiziksel Tıp ve Rehabilitasyonda Yeni Ufuklar, Yaşlı Sağlığı, Güneş Tıp Kitapevleri, 31-53.
- Öz, F. (2010). *Sağlık Alanında Temel Kavramlar*. Ankara: Mattek Matbaacılık.
- Özçelik, N. (2017). *Evde Bakım Hizmeti Alan Yaşlılar ile Huzurevinde Kalan Yaşlıların Sosyal Destek Ve Yalnızlık Durumlarının İncelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Samsun.
- Özer, M. Ve Karabulut, Ö. (2003). Yaşlılarda Yaşam Doyumu. *Turkish Journal Of Geriatrics*, 6(2), 72-74. <http://geriatri.dergisi.org/abstract.php?lang=en&id=146>
- Özkaşıkçı, I. (2012). *Sosyal Medya Pazarlama: Yeni Çağda Sosyal Medya Kullanımı ve Performans Ölçümü*. İstanbul: Kendi Baskısı.
- Özmenler, N. (2001). Yaşlılık Çağı Depresyonları. *Duygu Durum Dizisi*, 3: 109-115
- Öztürk, M.F. Ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Journal Of World Of Turks*, 7(1):113-114.
- Palabıyıkoglu, R., Haran, S., Yücat, T., & Köse, K. (1992). Yaşlılarda Depresyon ve Yaşam Doyumu. *Kriz Dergisi*, 1(1), 26-31. [https://doi.org/10.1501/Kriz\\_0000000008](https://doi.org/10.1501/Kriz_0000000008)

- Palmer, A. D., Newsom, J. T., & Rook, K. S. (2016). How does difficulty communicating affect the social relationships of older adults? An exploration using data from a national survey. *Journal of Communication Disorders*, *62*, 131-146. <https://doi.org/10.1016/j.jcomdis.2016.06.002>
- Parlak, F. (2010). *Sosyal Medya ve Tüketici Satın Alma Karar Sürecine Etkileri: Nitel Bir Uygulama*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Parry, S. W., Bamford, C., Deary, V., Finch, T. L., Gray, J., MacDonald, C., McMeekin, P., Sabin, N. J., Steen, I. N., Whitney, S. L., & McColl, E. M. (2016). Cognitive-behavioural therapy-based intervention to reduce fear of falling in older people: Therapy development and randomised controlled trial - the Strategies for Increasing Independence, Confidence and Energy (STRIDE) study. *Health Technology Assessment (Winchester, England)*, *20*(56), 1-206. <https://doi.org/10.3310/hta20560>
- Patterson, A. C., & Veenstra, G. (2010). Loneliness and risk of mortality: A longitudinal investigation in Alameda County, California. *Social Science & Medicine* (1982), *71*(1), 181-186. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.03.024>
- Paúl, C., & Ribeiro, O. (2009). Predicting loneliness in old people living in the community. *Reviews in Clinical Gerontology*, *19*, 53-60. <https://doi.org/10.1017/S0959259809990074>
- Peerenboom, L., Collard, R. M., Naarding, P., & Comijs, H. C. (2015). The association between depression and emotional and social loneliness in older persons and the influence of social support, cognitive functioning and personality: A cross-sectional study. *Journal of Affective Disorders*, *182*, 26-31. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2015.04.033>
- Peltekoğlu, F. (2012). *Sosyal Medya: Sosyal Değişim*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Pempek, T., Yermolayeva, Y., & Calvert, S. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology*, *30*, 227-238. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>
- Perissinotto, C. M., & Covinsky, K. E. (2014). Living Alone, Socially Isolated or Lonely—What are We Measuring? *Journal of General Internal Medicine*, *29*(11), 1429-1431. <https://doi.org/10.1007/s11606-014-2977-8>
- Pinquart, M., & Sörensen, S. (2000). Influences of socioeconomic status, social network, and competence on subjective well-being in later life: A meta-analysis. *Psychology and Aging*, *15*(2). <https://doi.org/10.1037//0882-7974.15.2.187>
- Rafnsson, S. B., Shankar, A., & Steptoe, A. (2015). Longitudinal Influences of Social Network Characteristics on Subjective Well-Being of Older Adults: Findings

- From the ELSA Study. *Journal of Aging and Health*, 27(5), 919-934.  
<https://doi.org/10.1177/0898264315572111>
- Rakıcıoğlu, N. (2004). *Yaşlılıkta Beslenme. Sağlıklı ve Başarılı Yaşlanma. GEBAM Yayını*, Ankara, 1-7.
- Ramage-Morin, P. L. (2016). Hearing difficulties and feelings of social isolation among Canadians aged 45 or older. *Health Reports*, 27(11).  
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/27849313/>
- Reher, D. S. (1998). Family Ties in Western Europe: Persistent Contrasts. *Population and Development Review*, 24(2), 203-234.
- Rigby, B. (2008). *Mobilizing Generation 2.0: A Practical Guide Tousing Web 2.0 Technologies To Recruit, Organize And Engage Youth*. San Francisco: John Wiley Ve Sons.
- Rokach, A. (2000). Perceived causes of loneliness in adulthood. *Journal of Social Behavior and Personality*, 15, 67-84.
- Routasalo, P. E., Savikko, N., Tilvis, R. S., Strandberg, T. E., & Pitkälä, K. H. (2006). Social contacts and their relationship to loneliness among aged people—A population-based study. *Gerontology*, 52(3), 181-187.  
<https://doi.org/10.1159/000091828>
- Rouxel, P., Heilmann, A., Demakakos, P., Aida, J., Tsakos, G., & Watt, R. G. (2016). Oral health-related quality of life and loneliness among older adults. *European Journal of Ageing*, 14(2), 101-109. <https://doi.org/10.1007/s10433-016-0392-1>
- Saddock BJ, Saddock VA. (2007). Klinik Psikiyatri. Aydın H, Bozkurt A, Çeviri Editörleri. Klinik Psikiyatri. 8. Baskı. Ankara: Güneş Kitabevi; S. 3595-602.
- Sala, E., & Gaia, A. (2019). Older People's Use of Information and Communication Technology in Europe. The Italian Case. *Autonomie locali e servizi sociali*, 42(2), 163-183.
- Sarı, İ., & Çivril, Ö. (2013). Yaşlıların Bilgi Teknolojisinden Yararlanmalarına Yönelik Bilgisayar Eğitimi Modeli. *VII. Ulusal Yaşlılık Kongresi, Karabük*.
- Savikko, N., Routasalo, P., Tilvis, R. S., Strandberg, T. E., & Pitkälä, K. H. (2005). Predictors and subjective causes of loneliness in an aged population. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 41(3), 223-233.  
<https://doi.org/10.1016/j.archger.2005.03.002>
- Sayımer, İ. (2008). *Sanal Ortamda Halkla İlişkiler*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Sayın, A.A., Armağan, M.V. Ve Karakule, İ. (2017). Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 46, 437-452.



- Seçim, Ö., Alpar, Ö. Ve Algür, S. (2014). Üniversite Öğrencilerinde Yalnızlık: Akdeniz Üniversitesinde Yapılan Bir Ampirik Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(48), 200-215.
- Selwyn, N. (2003). Apart from technology: Understanding people's non-use of information and communication technologies in everyday life. *Technology in Society*, 25, 99-116. [https://doi.org/10.1016/S0160-791X\(02\)00062-3](https://doi.org/10.1016/S0160-791X(02)00062-3)
- Seppänen, M., Nummela, O., & Uutela, A. (2011). The effect of loneliness and change in loneliness on self-rated health: A longitudinal study among ageing people. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 53(2), 163-167. <https://doi.org/10.1016/j.archger.2010.10.023>
- Sevim, S.D. (2019). *Farklı Kuşak Üniversite Öğrencilerinin Yaşlanma ve Yaşlılığa Yönelik Algularının Değerlendirilmesi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Manisa.
- Shiovitz-Ezra, S., & Leitsch, S. A. (2010). The Role of Social Relationships in Predicting Loneliness: The National Social Life, Health, and Aging Project. *Social Work Research*, 34(3), 157-167. <https://doi.org/10.1093/swr/34.3.157>
- Shrestha, L. B. (2000). Population aging in developing countries. *Health Affairs (Project Hope)*, 19(3), 204-212. <https://doi.org/10.1377/hlthaff.19.3.204>
- Slegers, K., Van Boxtel, M. P., & Jolles, J. (2008). Effects Of Computer Training And Internet Usage On The Well-Being And Quality Of Life Of Older Adults: A Randomized, Controlled Study. *The Journals Of Gerontology Series B: Psychological Sciences And Social Sciences*, 63(3), 176-184. <https://doi.org/10.1093/geronb/63.3.p176>
- Slijepcevic, P. (2008). DNA damage response, telomere maintenance and ageing in light of the integrative model. *Mechanisms of Ageing and Development*, 129(1-2), 11-16. <https://doi.org/10.1016/j.mad.2007.10.012hearing>
- Soysal, P., & Işık, A. T. (2020). *Geriatrici Pratiğinde Geriatrik Sendromlar*.
- Sönmez, F. (2016). *Sosyal Medyanın Z Kuşağı Tüketicilerinin Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi*. (Yüksek Lisans Tezi). Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Söylemez, N. H., & Oral, B. (2018). Öğretmen Adaylarının Sosyal Ağ Sitelerini Kullanım Durumlarına Göre Sosyal Beceri Düzeylerinin İncelenmesi. *Elektronik Eğitim Bilimleri Dergisi*, 7(13), 1-17.
- Stepanikova, I., Nie, N. H., & He, X. (2010). Time on the Internet at home, loneliness, and life satisfaction: Evidence from panel time-diary data. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 329-338. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.11.002>

- Stephoe, A., Shankar, A., Demakakos, P., & Wardle, J. (2013). Social isolation, loneliness, and all-cause mortality in older men and women. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 110(15), 5797-5801. <https://doi.org/10.1073/pnas.1219686110>
- Sweeney, S. Ve Craig, R. (2011). *Social Media For Business*. Canada: Maximum Press.
- Şahin, MA. (2019). *Yaşlı Bireylerde Sosyal Destek Algısının Yalnızlık ve Umutsuzluk Üzerine Etkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sağlık Bilimler Enstitüsü, Erzincan.
- Şahin, N. E., & Özçetin, Y. S. Ü. (2020). Huzurevinde yaşayan yaşlı bireylerin yaşam doyumu ve umutsuzluk düzeyi. *Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 13(2), 167-176. <https://doi.org/10.26559/mersinsbd.674370>
- Şar, A., Göktürk, G., Tura, G., & Kazaz, N. (2012). Is The Internet Use An Effective Method To Cope With Elderly Loneliness And Decrease Loneliness Symptom? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 55, 1053-1059. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.597>
- Taşkıran, A., & Kaya, İ. (2015). Huzurevinde Kalan Yaşlılara Uygulanan 12 Haftalık Sportif Rekreasyon Programının Bazı Antropometrik ve Fizyolojik Parametrelere Etkisinin İncelenmesi. *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 23-30.
- Tengilimoğlu, E. (2014). *Hastane ve Hekim Tercihinde Sosyal Medya Kullanımının Etkisi: Ankara İli Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Tereci, D., Turan, G., Kasa, N., Öncel, T., & Arslansoyu, N. (2016). Yaşlılık Kavramına Bir Bakış. *Ufku Ötesi Bilim Dergisi*, 16(1), 84-116.
- Thayer, S. E., & Ray, S. (2006). Online communication preferences across age, gender, and duration of Internet use. *Cyberpsychology & Behavior: The Impact of the Internet, Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society*, 9(4), 432-440. <https://doi.org/10.1089/cpb.2006.9.432>
- Thomas, C., Keman, H. Ve Kennedy, G.J. (1992). Depressive Symptoms And Mortality İn Elderly Persons. *J Gerontol*, 47, 80-87.
- Tobiasz-Adamczyk, B., & Zawisza, K. (2017). Urban-rural differences in social capital in relation to self-rated health and subjective well-being in older residents of six regions in Poland. *Annals of Agricultural and Environmental Medicine: AAEM*, 24(2), 162-170. <https://doi.org/10.26444/aaem/74719>

- Tokatlı, M. (2015). *Sosyal Medyada İtibar Yönetimi: Üniversiteler Üzerine Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tomanbay, İ. (2002). Sosyal Rehabilitasyon-Sosyal Geriatri. Yeşim Gökçe Kutsal (Ed.), *Geriatri İçinde*. Ankara: Turgut. 248-259.
- Treacy, P., Butler, M., Byrne, A., Drennan, J., Fealy, G., Frazer, K., & Irving, K. (2004). Loneliness and Social Isolation Among Older Irish People. *PsycEXTRA Dataset*.  
[https://www.academia.edu/789155/Loneliness\\_and\\_social\\_isolation\\_among\\_older\\_irish\\_people](https://www.academia.edu/789155/Loneliness_and_social_isolation_among_older_irish_people)
- Tufan, İ. (2016). *Antik Çağ'dan Günümüze Yaşlılık ve Yaşlanma*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Tükel, R. (2016). *Yalnızlık Üzerine Notlar. Psikanaliz Yazıları Yalnızlık*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2021). Hanehalkı Bilişim Teknolojilerinin Kullanım Araştırması. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2021-37437) Erişim Tarihi: 02.04.2022.
- Türkiye İstatistik Kurumu, (2021). İstatistiklerle Yaşlılar [Haber bülteni]. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yaslilar-2021> Erişim tarihi: 29.03.2022.,
- Uygur, S. (2007). *Meydan, Turizm Pazarlaması*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Van Der Horst, M., & Coffé, H. (2012). How Friendship Network Characteristics Influence Subjective Well-Being. *Social Indicators Research*, 107(3), 509-529. <https://doi.org/10.1007/s11205-011-9861-2>
- Verdery, A. M., & Margolis, R. (2017). Projections of white and black older adults without living kin in the United States, 2015 to 2060. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 114(42). <https://doi.org/10.1073/pnas.1710341114>
- Verdery, A. M., & Margolis, R. (2017). Projections Of White And Black Older Adults Without Living Kin In The United States, 2015 To 2060. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, 114(42), 11109-11114.
- Vivienne, S., & Burgess, J. (2013). The remediation of the personal photograph and the politics of self-representation in digital storytelling. *Journal of Material Culture*, 18, 279-298. <https://doi.org/10.1177/1359183513492080>

- Wagner, N., Hassanein, K., & Head, M. (2010). Computer use by older adults: A multi-disciplinary review. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 870-882. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.029>
- We Are Social. (2022) Digital 2022: Another Year Of Bumper Growth. <https://wearesocial.com/us/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/> Erişim tarihi: 02.04.2022
- Weiser, E. B. (2001). The functions of internet use and their social and psychological consequences. *Cyberpsychology & Behavior: The Impact of the Internet, Multimedia and Virtual Reality on Behavior and Society*, 4(6), 723-743. <https://doi.org/10.1089/109493101753376678>
- West, J. A., & West, M. L. (2008). *Using wikis for online collaboration: The power of the read-write web* (Vol. 8). John Wiley & Sons.
- White, H., McConnell, E., Clipp, E., Branch, L. G., Sloane, R., Pieper, C., & Box, T. L. (2002). A randomized controlled trial of the psychosocial impact of providing internet training and access to older adults. *Aging & Mental Health*, 6(3), 213-221. <https://doi.org/10.1080/13607860220142422>
- World Health Organization (1998). World Health Report, <http://www.who.int/whr/1998/En>. Erişim Tarihi: 25.09.2018.
- Wright, K. (2000). Computer-mediated social support, older adults, and coping. *Journal of Communication*, 50(3), 100-118. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2000.tb02855.x>
- Yalçinkaya, F. (2021). *Huzurevinde Yaşayan Yaşlıların Başarılı Yaşlanma Düzeyi ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Konya İli Örneği*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Yalçın, S. K., Ve Şengül, M. (2007). Dilin İletişim Süreci İşerisindeki Rolü ve İşlevleri. *Electronic Turkish Studies*, 2(2).
- Yaşar, M. (2007). Yalnızlık Loneliness. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17, 237-260.
- Yavuz, M. C., & Haseki, M. İ. (2012). Konaklama İşletmelerinde E-Pazarlama Uygulamaları: E-Medya Araçları Temelinde Bir Model Önerisi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 116-137.
- Yazıcı, S. (2014). *Gerontoloji ve Gelişim Süreci. İçinde: Küreselleşme ve Yaşlılık Eleştirel Gerontolojiye Giriş*, (Ed.): N. Korkmaz & S. Yazıcı, Ankara: Ütopya Yayınevi.

- Yazıcıoğlu, E., & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Anatolia Akademik Yayıncılık. 1. Baskı. Ankara.
- Ying, M. (2012). *Sosyal Medya Platformları Üzerinden Pazarlama ve Bu Mecrayı Etkin Kullanan Sektörler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yu, R. P., Mccammon, R. J., Ellison, N. B., & Langa, K. M. (2016). The relationships that matter: Social network site use and social wellbeing among older adults in the United States of America. *Ageing & Society*, 36(9), 1826-1852. <https://doi.org/10.1017/S0144686X15000677>
- Yücesoy, T. (2017). *Sosyal Medya ve Kitle Hareketleri İlişkisi: Sosyal Medyada Kitle Hareketlerine Yönelik İçerik Analizi*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Zarella, D. (2009). *The Social Media Marketing Book*. 1.Basım.
- Zenelaj, B. (2014). *Pazarlama Stratejisi Olarak Sosyal Medya İletişimi ile Kurumsal İtibarı Oluşturmak: İletişim Sektöründe Bir Araştırma*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Zeybek, I. (2012). *İnternet Mucizesi Olarak Yaşam Alanı Bulan Sanal Benliklerin Önlenebilir Yükselişi*. İstanbul: Anahtar Yayınları
- Zimet, G., Dahlem, N., Zimet, S., & Farley, G. (1988). The Multidimensional Scale of Perceived Social Support. *Journal of Personality Assessment - J PERSONAL ASSESS*, 52, 30-41. [https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201\\_2](https://doi.org/10.1207/s15327752jpa5201_2)
- Zülal, A. (2001). Uzun Yaşamın Sırları, Tübitak, Bilim ve Teknik Dergisi, 400: 58-61.

## TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Demografik Özelliklerin Dağılımı .....	68
Tablo 2: Bireylerin Sosyal Yaşamlarına İlişkin Bilgiler .....	69
Tablo 3: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanımına İlişkin Bilgiler .....	70
Tablo 4: Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları ve Cinsiyete Göre Dağılımları .....	71
Tablo 5: Katılımcıların Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıkları ve Cinsiyete Göre Dağılımı.....	71
Tablo 6: Katılımcıların Günlük Sosyal Medyayı Kullanma Sıklığı ve Cinsiyete Göre Dağılımı.....	72
Tablo 7: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Memnuniyet Düzeyinin Cinsiyete Göre Dağılımı.....	73
Tablo 8: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Cinsiyete Göre Dağılımı.....	74
Tablo 9: Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları ve Yaşa Göre Dağılımları .....	75
Tablo 10: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanma Sürelerinin Yaşa Göre Dağılımları	75
Tablo 11: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Sıklığının Yaşa Göre Dağılımları .	76
Tablo 12: Katılımcıların Sosyal Medya Memnuniyetinin Yaşa Göre Dağılımı .....	76
Tablo 13: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Yaşa Göre Dağılımı .	77
Tablo 14: Katılımcıların Sıklıkla Kullandıkları Sosyal Medya Araçları ve Eğitime Göre Dağılımları .....	79
Tablo 15: Katılımcıların Günlük Sosyal Medya Kullanımının Eğitime Göre Dağılımları .....	81
Tablo 16: Katılımcıların Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıklarının Eğitime Göre Dağılımları .....	83
Tablo 17: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Memnuniyetlerinin Eğitime Göre Dağılımları .....	85
Tablo 18: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçlarının Eğitime Göre Dağılımları .....	87

Tablo 19: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Araçlarının Dağılımları .....	89
Tablo 20: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıklarının Dağılımı.....	90
Tablo 21: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Günlük Sosyal Medya Kullanımının Dağılımı .....	92
Tablo 22: Katılımcıların Akrabalarla Görüşme Sıklığı Açısından Günlük Sosyal Medya Kullanımı Memnuniyetinin Dağılımı.....	93
Tablo 23: Katılımların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Araçları Arasındaki Dağılımı .....	94
Tablo 24: Katılımcıların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıkları Arasındaki Dağılımı .....	95
Tablo 25: Katılımcıların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Günlük Sosyal Medya Kullanma Sıklığı Arasındaki Dağılımı.....	97
Tablo 26: Katılımcıların Arkadaşlarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medya Kullanım Memnuniyeti Arasındaki Dağılımı .....	98
Tablo 27: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Araçları Arasındaki Dağılımı .....	99
Tablo 28: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medyayı Ne Zamandır Kullandıkları Arasındaki Dağılımı .....	100
Tablo 29: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Kullanılan Sosyal Medya Sıklığı Arasındaki Dağılımı .....	101
Tablo 30: Çocuklarla Görüşme Sıklığı Açısından Sosyal Medya Memnuniyet Düzeyi Arasındaki Dağılımı .....	103
Tablo 31: Ölçeklere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler .....	104
Tablo 32: Yaşam Doyumu ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler.....	104
Tablo 33: Yalnızlık ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler .....	105
Tablo 34: Algılanan Sosyal Destek ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler .....	106
Tablo 35: Bireylerin Yaşam Doyumları ile Sosyal Medya Kullanımlarına İlişkin Davranışları Arasındaki İlişkiye İlişkin İstatistiksel Analizler .....	107
Tablo 36: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	108

Tablo 37: Bireylerin Yalnızlık Düzeyleri ile Demografik Değişkenleri Arasındaki İlişkiye İlişkin İstatistiksel Analizler.....	109
Tablo 38: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	110
Tablo 39: Bireylerin Sosyal Destek Algıları ile Demografik Değişkenleri Arasındaki İlişkiye İlişkin İstatistiksel Analizler.....	111
Tablo 40: Katılımcıların Sosyal Medya Kullanım Amaçları.....	112
Tablo 41: Yaşlı Bireylerin Yaşam Doyumu, Yalnızlık ve Sosyal Destek Düzeyleri Arasındaki İlişki .....	113
Tablo 42: Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki.....	113
Tablo 43: Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Yalnızlık Düzeylerin Arasındaki İlişki .....	114
Tablo 44: Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal Destek Algıları Arasındaki İlişki .....	114



## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.</b> Araştırmanın Modeli .....	15
<b>Şekil 2.</b> Dünyada İnternet ve Sosyal Medya Kullanım İstatistikleri, 2022 .....	51
<b>Şekil 3.</b> Dünya’da Sosyal Medya Kullanım Verileri, 2022 .....	52
<b>Şekil 4.</b> Dünyada En Çok Ziyaret Edilen Siteler, 2022 .....	52
<b>Şekil 5.</b> İnternet Üzerinden Haftalık Alışveriş Verileri, 2022 .....	53
<b>Şekil 6.</b> Sosyal Medyayı Aktif Kullanan Ülkelerin Sıralaması, 2022 .....	54
<b>Şekil 7.</b> İstagramda En Çok Vakit Geçiren Ülkeler,2022.....	54
<b>Şekil 8.</b> Türkiye’de İnternet Erişim İstatistikleri 2021 .....	55

## EKLER

### Ek 1- Demografik Bilgiler

#### Yaşınız:

	60-64 yaş arası
	65-69 yaş arası
	70 ve daha yukarı yaş

#### Cinsiyetiniz:

	Kadın
	Erkek

#### Medeni Durumunuz:

	Evli
	Bekar (Hiç evlenmemiş, boşanmış veya dul)

#### Eğitim Durumunuz:

	En fazla ilkokul mezunu
	Ortaokul Mezunu
	Lise Mezunu
	Yüksek okul (2 Yıllık)
	Üniversite
	Yüksek Lisans veya Doktora mezunu

#### Çalışma Durumunuz:

	Çalışıyor
	Çalışmıyor
	Emekli
	Emekli ve Çalışıyor

#### Aylık Geliriniz Ne Kadar?

	0-2500 TL
	2500- 5000 TL
	5.000- 10.000 TL
	10.000 TL ve üzeri

**Aylık Gelirinizden memnuniyet düzeyiniz?**

	Hiç Memnun değilim
	Memnun Değilim
	Kararsızım
	Memnunum
	Tamamen memnunum

**Ek 2- Sosyal İletişim Bilgileri****Kimlerle Birlikte Yaşıyorsunuz?**

Yalnız	
Çocuklarımla (oğlum, kızım)	
Aile üyelerim (Eşim, çocuklar vs.)	
Eşimle	
Arkadaş veya bakıcı	

**Yaşadığınız yer?**

	Kendi evim
	Kiralık
	Huzurevi, Yaşlı bakımevi

**Akrabaları Görme Sıklığınız?**

	Her Zaman
	Çok Sık
	Bazı Zaman
	Nadiren
	Asla

**Arkadaşları Görme Sıklığınız?**

	Her Zaman
	Çok Sık
	Bazı Zaman
	Nadiren
	Asla

**Çocuğunuz var mı?**

	Var (varsa kaç tane? .....
	Yok

### Çocuklarınızı Görme Sıklığınız?

	Her Zaman
	Çok Sık
	Bazı Zaman
	Nadiren
	Asla

Kullandığınız Sosyal Medya Araçlarını İşaretleyiniz.	
Facebook	
İnstagram	
Twitter	

### Sosyal Medyayı kullanmaktan ne derece memnunsunuz?

	Hiç Memnun değilim
	Memnun Değilim
	Kararsızım
	Memnunum
	Tamamen memnunum

### Sosyal medyayı ne zamandır kullanıyorsunuz?

	1-6 ay
	1-3 yıl
	3-4 yıl
	5 yıl
	6 yıl ve üzeri

### Günlük Sosyal Medyayı ne sıklıkla kullanıyorsunuz?

	Çok sık (Günde 8 saatten fazla)
	Sık (Günde 6-8 saat arası)
	Biraz (Günde 4-6 saat)
	Az (Günde 2-4 saat)
	Nadiren (Günde 2 saatten az)

### Sosyal Medya Kullanım amaçlarından size uygun olanları işaretleyiniz.

Sosyal Medyayı Kullanım amacınızdan size uygun olanları (X) işaretleyiniz.	
Yeni insanlarla tanışmak, yeni arkadaşlıklar kurmak	
Mevcut arkadaşlarımla iletişimi devam ettirmek	
Eski arkadaşlarımla iletişime geçmek	

Fotoğraf, yazı, video vb. paylaşımında bulunmak için	
Bilgiye erişmek amacıyla	
Zaman geçirmek için	
Boş zamanlarımı değerlendirme	
Eğlence amaçlı	
Güncel olayları takip etmek amacıyla	
Düşüncelerimi başkalarıyla paylaşmak amacıyla	
İlgimi çeken gruplara katılma amacıyla	

### Ek 3- Yalnızlık Ölçeği (YİYÖ)

Lütfen aşağıdaki 11 ifadeyi okuyunuz ve o duruma ilişkin olarak şu anda ne hissettiğinizi değerlendiriniz. Şu an hissettiğiniz duruma uygun olan cevabın karşısındaki parantezin içine çarpı işareti koyunuz.	EVET	OLABİLİR	HAYIR
1- Her zaman günlük sorunlarımı konuşabileceğim birisi var.			
2- Gerçekten yakın bir arkadaşına sahip olmayı özledim.			
3- Hayatımda genel bir boşluk duygusu hissediyorum.			
4- Bir problemim olduğunda destek alabileceğim birçok kişi var			
5- Başkalarıyla birlikte hoş vakit geçirmeyi özledim.			
6- Çevremdeki tanıdık ve dostlarımla çok az sayıda olduğunu düşünüyorum.			
7- Tam anlamıyla güvenebileceğim birçok kişi var.			
8- Kendimi yakın hissettiğim yeterince kişi var.			
9- Etrafımda çok sayıda insan olduğu durumları özledim.			
10- Sık sık reddedildiğimi hissediyorum.			
11- Ne zaman ihtiyaç hissetsem arkadaşlarımı arayabilir ve görüşebilirim			

#### Ek 4-Yaşam Doyum Ölçeği (YDÖ)

<b>Aşağıdaki ifadelerin her birini dikkatlice okuduktan sonra, ifadeye ne ölçüde katıldığınızı ilgili kutucuğun içini doldurarak işaretleyiniz.</b>	<b>Maddeler</b>	<b>Hiç Katılmıyorum (1)</b>	<b>Çok Az Katılıyorum (2)</b>	<b>Orta Düzeyde Katılıyorum (3)</b>	<b>Büyük Oranda Katılıyorum (4)</b>	<b>Tamamen Katılıyorum (5)</b>
1	İdeallerime yakın bir yaşantım vardır.					
2	Yaşam Koşullarım mükemmeldir.					
3	Yaşamımdan memnunum.					
4	Şimdiye kadar yaşamdan istediğim önemli şeylere sahip oldum.					
5	Tekrar dünyaya gelsem hayatımdaki hemen hemen hiçbir şeyi değiştirmezdim.					

## Ek 5-Çok Boyutlu Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ÇBASDÖ)

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
<p><b>Aşağıda 12 cümle ve her bir cümle altında da cevaplarınızı işaretlemek için 1'den 7 'ye kadar rakamlar verilmiştir. Her cümlede söylenenin <u>sizin için ne kadar çok doğru olduğunu veya olmadığını belirtmek için o cümle altındaki rakamlardan yalnız bir tanesini işaretleyiniz. Bu şekilde 12 cümlelerin her birine bir işaret koyarak cevaplarınızı veriniz.</u></b></p> <p><b><u>Lütfen hiçbir cümleyi cevapsız bırakmayınız. Sizce doğruya en yakın olan rakamı işaretleyiniz.</u></b></p>	(1) Kesinlikle Hayır						(7) Kesinlikle Evet
1. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve ihtiyacım olduğunda yanımda olan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
2. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
3. Ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana gerçekten yardımcı olmaya çalışır.							
4. İhtiyacım olan duygusal yardımı ve desteği ailemden (örneğin, annemden, babamdan, eşimden, çocuklarımdan, kardeşlerimden) alırım.							
5. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve beni gerçekten rahatlatan bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							
6. Arkadaşlarım bana gerçekten yardımcı olmaya çalışırlar.							
7. İşler kötü gittiğinde arkadaşlarıma güvenilebilirim.							
8. Sorunlarımı ailemle (örneğin, annemle, babamla, eşimle, çocuklarımla, kardeşlerimle) konuşabilirim.							
9. Sevinç ve kederlerimi paylaşabileceğim arkadaşlarım var.							
10. Ailem ve arkadaşlarım dışında olan ve duygularıma önem veren bir insan (örneğin, flört, nişanlı, sözlü, akraba, komşu, doktor) var.							

11. Kararlarımı vermede ailem (örneğin, annem, babam, eşim, çocuklarım, kardeşlerim) bana yardımcı olmaya isteklidir.							
12. Sorunlarımı arkadaşarımla konuşabilirim							



## Ek 6- Ölçek İzinleri

---

hanife akgul <hanifeakgul38@gmail.com>  
Alıcı: Ebrar Aydoğan <eaydgn96@gmail.com>

25 Şubat 2021 13:19

Merhaba Ebrar,  
Gecikme için kusura bakma özel sebeplerden dolayı maillerime uzun süre bakamadım. Çalışmada Türkçe uyarlamasını yaptığım YİYÖ Yaşlılar için yalnızlık ölçeğini kullanman da hiç bir sakınca yoktur. Bilakis mutlu olurum. Ölçek ve ölçek ile ilgili bilgiler ektedir. Çalışmada başarılar dilerim.

Ebrar Aydoğan <eaydgn96@gmail.com>, 14 Şub 2021 Paz, 17:02 tarihinde şunu yazdı:  
[Alıntılanan metin gizlendi]

--  
Dr. Öğretim Üyesi. Hanife AKGÜL  
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi  
Eğitim Bilimleri Bölümü  
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Anabilim Dalı  
Tel: 0286 217 13 03- hanifeakgul@comu.edu.tr

---

haluk arkar <haluk.arkar@ege.edu.tr>  
Alıcı: Ebrar Aydoğan <eaydgn96@gmail.com>

15 Şubat 2021 10:11

Sayın Ebrar Aydoğan,  
Çokboyutlu Algılanan Sosyal Destek ölçeğini çalışmanızda kullanabilirsiniz. Ölçeği ve puanlamasını aşağıdaki kaynakta bulabilirsiniz. Başarılar dilerim.  
Prof. Dr. Haluk Arkar  
Eker, D., H. Arkar ve H. Yıldız, "Çok boyutlu algılanan sosyal destek ölçeğinin gözden geçirilmiş formunun faktör yapısı, geçerlik ve güvenilirliği", Türk Psikiyatri Dergisi, 12, 17-25 (2001).

---

Abidin DAğLI <dagli@dicle.edu.tr>  
Alıcı: Ebrar Aydoğan <eaydgn96@gmail.com>

13 Şubat 2021 21:31

Sevgili Ebrar AYDOĞAN,  
Taraşımızdan Türkçeye uyarlanan Yaşam Doymu Ölçeğini çalışmalarınızda kullanmanızda bir sakınca yoktur. İyі çalışmalar diliyorum. Sevgilerimle...  
Doç. Dr. Abidin DAğLI

[Android için Outlook'u edinin](#)

---

Nigah BAYSAL <nigah@dicle.edu.tr>  
Alıcı: Ebrar Aydoğan <eaydgn96@gmail.com>

13 Şubat 2021 19:49

Merhaba,

Bilimsel etik kurallar çerçevesinde ölçeği çalışmalarınızda kullanabilirsiniz. Başarılar dilerim.

Öğr.Gör. Nigah BAYSAL

---

## Ek 7- Etik Kurul İzni



T.C.  
KARABÜK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL ve BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU  
KARARLARI

TOPLANTI TARİHİ : 09.04.2021  
TOPLANTI NO : 2021/04

Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu toplanmış ve aşağıdaki kararı almıştır.

### **Karar 2:**

23/03/2021 tarihli Prof. Dr. Gülay GÜNAY'ın Etik Kurul form ve ekleri görüşüldü.

Karabük Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Gülay GÜNAY tarafından yürütülen “**Yaşlı Bireylerin Sosyal Medya Kullanımı, Yaşam Doyumu, Yalnızlık Düzeyleri ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeği Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**” konulu çalışma kapsamında uygulanmak üzere ekte sunulan çalışmasının etik kurallara uygunluğu oy birliği ile kabul edilmiştir.

## ÖZGEÇMİŞ

2018 yılında Karabük Üniversitesi Sosyal Hizmet Bölümünden mezun olmuştur. Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde Sosyal Hizmet Anabilim Dalında yüksek lisans eğitimini sürdürmektedir. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığında Sosyal Çalışmacı olarak görev yapmaktadır. “Genç Kızların Sosyal Medya Kullanımları ve Sosyal Hizmet Müdahalesi: Nitel Bir Araştırma” isimli akademik yayını bulunmaktadır.