

Digitális ageizmus: fogalmi keretek és kutatási lehetőségek

Digital ageism: conceptual frameworks and research opportunities

KOLOS KRISZTINA

Egyetemi tanár, Budapesti Corvinus Egyetem, Marketing-és Kommunikációtudományi
Intézet

krisztina.kolos@uni-corvinus.hu

Hivatkozás

Kolos Krisztina (2026), Digitális ageizmus fogalmi keretek és kutatási lehetőségek. In: Szalkai Zsuzsanna – Bíró-Szigeti Szilvia – Iványi Tamás – Kelemen-Erdős Anikó (szerk.): Tudományágak kaleidoszkópja – a marketing, mint transzdiszciplináris terület – Egyesület a Marketing Oktatásért és Kutatásért XXXI. Nemzetközi Konferenciájának Absztrakt- és Tanulmánykötete. Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar: Budapest. ISBN 978-615-112-035-4, pp. 20–20. DOI: 10.62561/EMOK-2025

Absztrakt

A digitális ageizmus az időseket érintő diszkrimináció, amely a digitális technológiák vonatkozásában jelenik meg. A tanulmány egy kiterjesztett absztrakt, amely későbbi kutatások alapjait fogalmazza meg. Digitális ageizmussal kapcsolatos kutatások eddig jellemzően kommunikáció, gerontológia és információtechnológia terén jelentek meg az elmúlt néhány évben, e tanulmány a marketingtudomány, ezen belül is a transzformatív szolgáltatáskutatás szempontjából fogalmaz meg kutatási lehetőségeket.

Kulcsszavak digitális ageizmus, transzformatív szolgáltatáskutatás

Köszönetnyilvánítás: A tanulmány része a „Digitális humanizmus: a mesterséges intelligencia emberközpontú felhasználása a szolgáltatásoknál” c. OTKA kutatási programnak (145937)

Abstract

Digital ageism is discrimination against older people that occurs in relation to digital technologies. The study is an extended abstract that lays the foundations for further research. Research on digital ageism has typically appeared in the fields of communication, gerontology and information technology in the past few years. This study outlines research opportunities from the perspective of marketing science, including transformative service research.

Keywords: digital ageism, transformative service research