

Media Expectations of Older Adults: A Phenomenological Study¹

Batul Soltani 

Ph.D. student of Communication Sciences. Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Islamic Azad University, Isfahan (Khorasgan) Branch, Isfahan, Iran

Faezeh Taghipour 

Associate Professor, Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Islamic Azad University, Isfahan (Khorasgan) Branch, Isfahan, Iran

Maryam Amidi Mazaheri 

Associate Professor, Department of Health Education, Institute of Health, University of Medical Sciences, Isfahan, Iran

Received: 29 January 2025 Revised: 18 May 2025 Accepted: 1 September 2025

Abstract

Exploring the media expectations of the elderly, which stem from their needs, is essential for healthy aging. Thus, this research attempts to achieve a comprehensive understanding of the media expectations of the elderly based on their lived experiences. This study employs a phenomenological approach, a purposive sampling method, and semi-structured interviews. Data were collected from interviews with 34 older adults aged 60 to 75 in Isfahan in 2024. Following the data collection, Colaizzi's 7-step method for analyzing qualitative data was used. The data validity was confirmed using the techniques of variability, reliability and alignment of researchers. After extracting and categorizing the data, seven main themes were identified: well-being improvement, reduced loneliness, self-disclosure, intergenerational adaptation, enhanced dignity, role fulfillment, and spirituality enhancement. These main themes comprised 16 subthemes, including health literacy, online healthcare services, strengthened communication,

1. Extracted from PhD dissertation, defended at Islamic Azad University, Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Isfahan, Iran.

2. Corresponding author. Email: f.taghipour@khuisf.ac.ir



©2024 The author(s). This is an open access article under the CC BY license: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

How to cite this article: Soltani, B., Taghipour, F. and Amidi Mazaheri, M. (2026). Media Expectations of Older Adults: A Phenomenological Study. Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences, 22(4), 109- 140. Doi: 10.22067/social.2025.91918.1604

identification, leisure engagement, sharing concerns, memory recall, personality recognition, acceptance of differences, acceptance of family nuclearization, unbiased representation, provision and exchange of information, skill enhancement, independence, and spiritual intelligence. These subthemes were derived from 200 concepts, through which the media expectations of older adults were elucidated. The breadth of expectancy-related concepts identified among older adults in this study highlights their diverse media needs. Therefore, incorporating these needs into media programming and content production is essential. Moreover, aligning the programs and interventions of governmental and non-governmental institutions with these needs can significantly facilitate the realization of active aging. Addressing these needs can fulfill older adults' expectations in the domains of well-being, self-disclosure, intergenerational adaptation, social dignity, role fulfillment, and spirituality, thereby leading to an enhanced quality of life in old age.

Keywords: Expectations, Media, Elderly.

انتظارات رسانه‌ای سالمندان: واکاوی پدیدارشناسانه^۱

بتول سلطانی  (دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، دانشکده بازار و کسب‌وکار، واحد اصفهان

(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران)

soltani.129@gmail.com

فائزه تقی‌پور  (دانشیار، گروه علوم ارتباطات، دانشکده بازار و کسب‌وکار، واحد اصفهان (خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی،

اصفهان، ایران، نویسنده مسئول)

f.taghipour@khuisf.ac.ir

مریم عمیدی‌مظاهری  (دانشیار، گروه آموزش بهداشت، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی، اصفهان، ایران)

maryamamidi@hlth.mui.ac.ir

چکیده

بررسی انتظارات رسانه‌ای سالمندان که ناشی از نیازهای آنهاست، امری ضروری برای داشتن سالمندی سالم است. لذا این پژوهش سعی دارد به درک جامعی از انتظارات رسانه‌ای سالمندان برحسب تجربه زیسته آنها دست یابد. در این مطالعه از روش پدیدارشناسی، نمونه‌گیری هدفمند و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد و ضمن انجام مصاحبه با ۳۴ سالمند ۶۰ تا ۷۵ سال در شهر اصفهان در سال ۱۴۰۳، داده‌ها جمع‌آوری گردید. سپس از روش هفت مرحله‌ای تحقیقات کیفی (کولایزی) برای تحلیل استفاده شد. اعتبار داده‌ها نیز با استفاده از تکنیک‌های تأییدپذیری، اعتمادپذیری و هم‌سوسازی پژوهشگران تأیید گردید و پس از استخراج داده‌ها و طبقه‌بندی آنها، ۷ مضمون اصلی «تندرستی افزایی، کاهش تنهایی، خودگشودگی، سازگاری بین نسلی، منزلت‌افزایی، نقش‌پذیری و معنویت‌افزایی» به دست آمد. این مضامین اصلی مشتمل بر ۱۶ مضمون فرعی «سواد سلامت، خدمات درمانی آنلاین، تقویت ارتباطات، همزادپنداری، پرکردن اوقات فراغت،

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول مقاله در دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان) است.

اشتراک‌گذاری دغدغه‌ها، تداعی خاطرات، شخصیت‌شناسی، پذیرش تفاوت‌ها، پذیرش جدامحور خانواده، سواد رسانه‌ای، بازنمایی غیرسوگیرانه، ارائه و تبادل اطلاعات، مهارت‌افزایی، استقلال، هوش معنوی» مبتنی بر ۲۰۰ مفهوم بودند که با آنها انتظارات رسانه‌ای سالمندان تبیین شدند. گستره مفاهیم مرتبط با انتظارات سالمندان که در این مطالعه شناسایی شد، نشان‌دهنده تنوع نیازهای رسانه‌ای آنان است. لذا لحاظ نمودن این نیازها در برنامه‌سازی و تولید محتوای رسانه‌ای ضروری است. علاوه بر این، همسوسازی برنامه‌ها و مداخلات نهادهای دولتی و غیردولتی با این نیازها می‌تواند به‌طور معناداری فرایند تحقق سالمندی فعال را تسهیل کند. پاسخ‌گویی به این نیازها می‌تواند انتظارات سالمندان در زمینه‌های تندرستی، خودگشودگی، سازگاری بین‌نسلی، منزلت اجتماعی، نقش‌پذیری و معنویت را برآورده سازد و در نهایت به ارتقای کیفیت زندگی آنان منجر شود.

واژگان کلیدی: انتظارات، رسانه، سالمند.

۱. مقدمه

برآورد انتظارات سالمندان از راهبردهای سالمندی سالم است، زیرا این انتظارات، نیازهای سالمندان از جمله نیازهای رسانه‌ای آنها را دربرمی‌گیرد.

پیش‌بینی‌های سازمان ملل متحد درباره ایران نشان می‌دهد، افراد دارای بیش از ۶۰ سال که سالمند محسوب می‌شوند، در سال ۲۰۱۵، حدود ۸/۲ درصد جمعیت بوده است. این جمعیت در سال ۲۰۳۰ به ۱۴/۴ درصد و در سال ۲۰۵۰ به ۳۱/۲ درصد خواهد رسید (میری و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۶۳۰). دوره سالمندی متأثر از تضعیف قوای کارکردی است و سالمند سیستم ایمنی ضعیفی دارد و در معرض آسیب‌های جسمانی، روان‌شناختی و محیطی است (آسپینال و لانگ^۱، ۲۰۱۸، ص. ۱). این مسئله تبعات گسترده‌ای برای حوزه‌های درمانی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور دارد؛ به‌گونه‌ای که بیم آن می‌رود که در ایران، کل سیستم اجتماعی و حاکمیتی را دچار بحران کند و برنامه توسعه

1. Aspinall & Lang

دچار ناکارآمدی شود، زیرا اقتصاد، رفاه و توسعه ارتباط دوسویه با جمعیت سالمندی دارد (احدی و عیوضی، ۱۳۹۹، ص. ۶۴). برای کاهش تبعات سالمندی برای فرد و جامعه لازم است نیازهای سالمندان مورد توجه قرار گیرد. براساس نظر سازمان ملل متحد (۱۹۹۹) نیازهای سالمندان در کشورها، فراتر از سلامتی جسمی و روانی است و حمایت‌های اجتماعی، خدمات سلامت، مسکن، حمل و نقل، تکریم، مشارکت اجتماعی، اشتغال، اطلاعات، فضاهای مناسب و امنیت اقتصادی را شامل می‌شود. در ایران نیز براساس مطالعات انجام شده، نیازهای سالمندان مربوط به کمبود درآمد، عدم امنیت اجتماعی و مشارکت اجتماعی، نامناسب بودن محیط خانوادگی در کنار مشکلات روانی، بی‌اختیاری ادرار، مشکلات قلبی، اختلالات بینایی و شنوایی، ضایعات اسکلتی، مصرف چنددارویی، زمین‌خوردن‌های مکرر و ابزارهای کمکی مانند دندان مصنوعی است (قلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۷۰)، این نیازها، انتظارات سالمندان را شکل می‌دهد.

از سوی دیگر، سالمندان وقتی به‌عنوان اعضای نسل رسانه‌های چاپی و آنالوگ وارد فضای جدید رسانه‌ای دیجیتال شدند، تجاربی را کسب کردند. این تجربه‌ها آگاهی‌هایی برای آنها ایجاد کرده که زیست رسانه‌ای آنها و در نتیجه انتظارات آنها را معنا بخشیده است (برکت و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۱۲۵). رسانه با توجه به رشد سریع تکنولوژی، توانسته است در کنار منافع عمومی، امکاناتی را برای حمایت از سالمندان ارائه کند که تا پیش از این، متصور نبود. مراقبت از راه دور، خدمات بهداشتی و درمانی، حمایت‌های اجتماعی (صبور و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۶۴)، ارائه خدمات به کمک ربات‌ها (کوبایاشی^۱ و همکاران، ص. ۷۳۶) و شبکه‌های اجتماعی آنلاین (بول و بران^۲، ۲۰۱۶، ص. ۳۹۵) از جمله این امکانات است. البته رسانه‌ها می‌توانند عواقب منفی همچون سوء استفاده از اطلاعات شخصی، توزیع اطلاعات مضر (لیست^۳، ۲۰۱۳، ص. ۳۹۵)، نادیده انگاشتن فرایند حیات با تبلیغات

1. Kobayashi

2. Boll & Brune

3. Leist

و اغراق در ارزش جوانی و در نتیجه تبعیض سنی (اورنگ و همکاران، ۱۳۹۹، ص. ۴) و تشدید ناراحتی‌های روان‌شناختی به علت کاهش روابط چهره‌به‌چهره و افزایش استفاده از اینترنت (صبور و همکاران، ۱۳۹۳، ص. ۶۴) را نیز به دنبال داشته باشند. افزایش سواد رسانه‌ای با تأثیر بر ادراک ریسک، خودکارآمدی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار قادر است این پیامدهای منفی را کنترل و استفاده بهینه از رسانه را هموار کند (چن^۱ و همکاران، ۲۰۱۶، ص. ۱۰۳). آنچه مسلم است، این است که رسانه با توجه به کارکردها و ظرفیت اثرگذاری خود، می‌تواند ضمن افزایش سواد رسانه‌ای سالمندان، در برآورد انتظارات آنان سهم عظیمی داشته باشد؛ طوری که تکامل انسان که مبتنی بر سلامت جسمی، اجتماعی، روانی و معنوی است و ویژه سن خاصی نیست را با ارائه منظر رسانه‌ای سبب شود (گیوسکو و دیوز^۲، ۲۰۱۸). بسیاری از مشکلات چالش‌برانگیز سالمندی به جامعه برمی‌گردد، درحالی‌که مورد توجه نیست و نیاز شدیدی وجود دارد که به سطح آورده شود تا فرصت‌هایی را برای رسیدن به رفاه برای سالمندان فراهم کند و منجر به درک دغدغه‌ها و برآورد انتظارات سالمندان از سوی جامعه و حاکمیت شود. این درک را رسانه می‌تواند ایجاد کند و راه‌هایی را که سالمندان برای غلبه بر این چالش‌ها نیاز دارند، فراهم کند و آنها را به کنش وادارد (غفور و نر^۳، ۲۰۲۴، ص. ۱۷۰). برای این امر با توجه به ناتوانی‌های سالمندان، ابعاد گسترده خواسته‌ها و نیازهای آنان و ظرفیت نسل رسانه‌ای دیجیتال که دنیا را در نور دیده، تدوین چشم‌انداز رسانه‌ای سالمندان و برنامه‌ریزی در آن راستا ضروری است که لازمه آن شناخت انتظارات رسانه‌ای سالمندان است. این شناخت می‌تواند، اولویت‌های سالمندان را برای بهزیستی مشخص کند و اطلاعاتی را در اختیار اصحاب رسانه قرار دهد تا با توجه به آن سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی خود را تدوین نمایند و باعث تحقق سالمندی سالم برای سالمندان شوند. لذا در این متن به دنبال این هدف هستیم

1. Chen

2. Givskov & Deuze

3. Ghafoor & Naz

که انتظارات رسانه ای سالمندان را شناسایی کنیم و به این سؤال پاسخ دهیم که انتظارات رسانه ای سالمندان چیست؟

۲. مبانی نظری پژوهش

۲.۱. مرور پیشینه پژوهش

در سال های اخیر، موضوع سالمندی مورد توجه پژوهشگران حوزه های مختلف بوده است، زیرا درک پدیده سالمندی، مستلزم مطالعات عمیق کیفی است. علیمندگاری و امامی (۱۴۰۲) در تحقیقی با موضوع برنامه سازی رسانه ای سالمندان، ۱۰ مقوله شامل زندگی نازیده، نیازهای مادی و حمایتی، رسالت صداوسیما، برنامه اثرگذار و مفرح، راهبردهای ساخت برنامه، زمان بندی، برنامه سازی برای سالمندان غیربومی، سالمند فعال، جنسیت و سن محوری را استخراج کردند. وزیری و همکاران (۱۴۰۱) در بررسی نیازها و انتظارات سالمندان از کتابخانه ها، سه مقوله منابع اطلاعاتی، خدمات و برنامه ها و تجهیزات و تسهیلات را دسته بندی نمودند. خالقی و دبیران (۱۴۰۰) در نتایج تحقیقی بیان نمودند که رسانه در پیشگیری از بیماری، تغذیه سالم و روابط بین فردی نقش دارد. غفوری و صالحی (۱۳۹۹) در نتیجه بررسی فرصت ها و تهدیدهای فضای مجازی نشان دادند که به رغم وجود فرصت های بی شمار، فضای مجازی به دلیل فقدان آموزش، تهدیدهایی به دنبال دارد و این گویای ضرورت آموزش سواد رسانه و مدیریت این فضا است. نوری و فارسی (۱۳۹۷) در تحقیقی نشان دادند، نهاد خانواده در برآورده انتظارات و به تبع آن بهبود کیفیت زندگی جسمانی و روانی سالمندان تأثیر مثبت دارد. جین و کیم^۱ (۲۰۲۵) در بررسی خود نشان دادند، رسانه های اجتماعی می تواند به کاهش تنهایی سالمندان کمک کند، اما نمی تواند به طور کامل جایگزین تعامل اجتماعی در زندگی واقعی شود. جمال الدین و همکاران (۲۰۲۵) در تحقیقی نتیجه گرفتند، تفاوت معنی داری

بین دانش و نگرش قبل و بعد از آموزش بهداشت سالمندان با استفاده از رسانه وجود دارد. لی^۱ و همکاران (۲۰۲۵) در نتایج تحقیقی آوردند که سالمندان نیاز به سازگاری با خدمات دیجیتال دارند و برای این امر، نیاز به سیستم‌های پشتیبانی بهینه است تا شمول دیجیتالی در میان سالمندان ارتقاء یابد. لی و همکاران (۲۰۲۴) در نتیجه تحقیقی بیان کردند، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بهبود وضعیت روانی و اجتماعی سالمندان مؤثر است. تمیزالو^۲ و همکاران (۲۰۲۴) در تحقیقی نشان دادند، رسانه‌های اجتماعی، رفاه سالمندان را افزایش می‌دهند، زیرا سالمندان از رسانه‌های اجتماعی برای ارتباط با نزدیکان مانند اعضای خانواده استفاده می‌کنند. کیم و لی^۳ (۲۰۲۳) در نتیجه مطالعه‌ای آوردند که اثر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر تنهایی سالمندان با سواد رسانه‌ای تعدیل می‌شود. سایین کسار و کارامان^۴ (۲۰۲۱) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که سالمندانی که روزانه از طریق اینترنت، قران گوش می‌دهند، از کیفیت زندگی بهتری برخوردارند. سیریلی و نیکولینی^۵ (۲۰۲۰) در تحقیقی نشان دادند که سالمندان برای مقابله با تنهایی در دوران کوید به کمک نوه‌های خود از رسانه‌های جدید استفاده کردند و تنهایی خود را التیام بخشیدند. کوبایاشی و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند که با ربات، امکان تخمین مقصد پیام ایجاد می‌شود و سالمندان می‌توانند از طریق صدا تبادل اطلاعات نمایند. کوسکاس و فومبد^۶ (۲۰۱۷) در نتایج تحقیقی بیان کردند که اطلاعات پزشکی و کتاب‌های رمان و مذهبی از نیازهای سالمندان است و سالمندان کتاب‌های صوتی را جانشینی برای چاپی می‌دانند.

1. Lei

2. Tammisalo

3. Kim & Lee

4. Kasar & Karaman

5. CirilliP & Nicolini

6. Kuscus & Fombad

نتیجه بررسی تحقیقات پیشین، گویای این است که رویکرد پژوهشی غالبی برای بررسی انتظارات سالمندان وجود ندارد. از سوی دیگر، عوامل زیادی کیفیت زندگی سالمندان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و سازنده نیازها و در نتیجه انتظارات آنان است، اما به نظر می‌رسد، تحقیقات پیشین، بسیاری از آنها را پوشش نداده است. بیشتر تحقیقات، تأثیر رسانه بر کیفیت زندگی سالمندان را با رویکرد جسمی و روانی بررسی نموده و کمتر به سایرابعاد همچون اجتماعی و معنوی و تأثیر رسانه بر آنها پرداخته است. از حیطه‌هایی که به نظر می‌رسد در تحقیقات پیشین به آنها کمتر پرداخته شده است، تبعات گذر جامعه از سنت به مدرنیته و نقش رسانه با توجه به کارکرد فرهنگ‌سازی خود در تعدیل آن تبعات برای سالمندان است. همچنین عدم بررسی چگونگی آموزش سالمندان سخت‌یادگیر به کمک رسانه است، زیرا سالمندان برای دسترسی به ابزارهای رسانه‌ای، آشنایی با نرم‌افزارهای رسانه‌ای و مدیریت پیامدهای منفی رسانه و بهزیستی نیاز به آموزش دارند. بنابراین با توجه به تحقیقات پیشین می‌توان گفت، سالمندان نیازها و به دنبال آن انتظاراتی دارند که واکاوی آنها خلأ پژوهشی محسوب می‌شود.

۲.۲. چارچوب نظری پژوهش

در پژوهش‌هایی که با رویکرد کیفی انجام می‌شوند، نظریه به شکل انتزاعی آن به کار برده نمی‌شود و حساسیت نظری، فراهم‌کننده چارچوبی از مفاهیم برای حرکت محقق در مسیر پژوهش است (شاکری‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۲، ص. ۷۸). در پژوهش حاضر چارچوب مفهومی، متشکل از نظریه‌های تفسیری از جمله نظریه دریافت، پدیدارشناسی، کنش متقابل نمادین و ساختارگرایی است که بر چگونگی درک و تفسیر پیام‌ها توسط افراد و جوامع متمرکز هستند و به جای تمرکز بر انتقال پیام از فرستنده به گیرنده (مدل خطی)، بر نقش فعال گیرنده در ساخت معنا تأکید دارند (کشت‌کار رجبی و اعتباریان، ۱۳۹۷، ص. ۱۴۱).

استوارت هال و مورلی^۱ در طرح نظریه دریافت بیان می کنند که مخاطبان منفعل نیستند، بلکه با توجه به پیش زمینه های فرهنگی، اجتماعی و فردی خود، پیام ها را تفسیر می کنند و رمزگشایی مخاطبان می تواند با رمزگذاری تولیدکنندگان همسو، مخالف یا مذاکره ای باشد. از این رو رسانه به عنوان منبع پیام، می تواند محتوای خود را به گونه ای ارائه کند که با زمینه های فرهنگی و اجتماعی مخاطبان همخوانی و به این صورت تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد (یوسفی و همکاران، ۱۴۰۳، ص. ۱). مرلو پونتی و شوتز^۲ در نظریه پدیدارشناسی تأکید می کنند، معنا کیفیت معینی از تجربه زیسته نیست که به صورت متمایز در جریان آگاهی ظاهر شود، بلکه نتیجه تفسیر تجربیات زیسته گذشته است که از یک حال واقعی و تحت تأثیر یک مرجع به صورت بازاندیشانه به دست می آید. پس تفسیر است که منجر به کسب تجربه و رفتار معنادار می شود و زیست و تجربه، منبع طرح تفسیری است که در چارچوب آن امور معنادار می شوند (شوتز و لوکمان^۳، ۱۹۷۳، ص. ۱۶). براساس دو نظریه فوق می توان گفت، تجارب افراد که تحت تأثیر رسانه بازاندیشی می شود، مفاهیم مورد انتظار آنها را شکل می دهد.

از سوی دیگر، براساس نظریه کنش متقابل نمادین، به دنبال درک و تفسیر رویدادها، هویت افراد شکل می گیرد، هربرت مید^۴ در این رابطه بیان می نماید که معنا از طریق تعامل افراد با یکدیگر و با نمادها ساخته می شود و منجر به شکل گیری هویت می گردد (آکسان^۵ و همکاران، ۲۰۰۹). هورتون کولی^۶ خودآینه ای را مطرح می کند و معتقد است، هویت از طریق درک تصور دیگران به خود، شکل می گیرد (ذوالفقاری و صوفی، ۱۳۹۱، ص. ۵۷). گافمن^۷ به رویکرد نمایشی اشاره و تأکید می نماید

-
1. Stuart Hal & Morley
 2. Merleau Ponty & Schutz
 3. Schutz & Luckmann
 4. Herbert Mead
 5. Aksan
 6. Horton Cooley
 7. Goffman

که افراد تلاش می‌کنند تا تصویری مطلوب از خود، به دیگران ارائه دهند و با توجه به رویارویی با موقعیت‌های زندگی، کنش اجتماعی داشته باشند (گولدنر^۱، ۱۳۶۸). نظریه کنش متقابل نمادین گویای آن است که افراد با تعامل با دیگران از طریق رسانه و با دریافت معنا از رسانه، رویدادها درک و هویت خود را بازسازی می‌نمایند و با توجه به آن نیازهایی پیدا می‌کنند که شکل‌دهنده انتظارات آنهاست.

نظریه دیگری که قابل طرح است، ساخت‌گرایی است. برگر و لاکمن^۲ در این نظریه مطرح می‌کنند که واقعیت، از طریق فرآیندهای اجتماعی و زبانی ساخته می‌شود و جهان اجتماعی تجلی تفسیر رخدادهایی است که در اطراف فرد رخ می‌دهد. این تجلی به صورت میان‌ذهنی شکل می‌گیرد و وقتی واقعیت شکل گرفت، حالت عینی به خود می‌گیرد. همچنان که پست مدرن‌ها می‌گویند و این فرآیند را، فرآیند ساخت اجتماعی واقعیت می‌نامند (گلینی حسنی‌پور و راستیان، ۱۴۰۳، ص. ۱۰). فوکو^۳ از این امر تعبیر به گفتمان به عنوان نظام معنایی شکل‌دهنده تفکر و عمل یاد می‌کند. نهادی که مملو از نمادهاست، رسانه است. این نمادها در قالب گفتمان، زبان، تصویر و صدا ظهور می‌کند و با نمایش، بازنمایی، کلیشه‌سازی و ایجاد تعامل و انتقال اطلاعات، معناسازی می‌کند.

براساس نظریه‌های تفسیری، مخاطب با تفسیر معنا، هویت فردی و اجتماعی خود را تحت تأثیر قرار می‌دهد و برای داشتن بقا و کیفیت زندگی مطلوب، علاوه بر کنش‌های فردی و اجتماعی، انتظار تحقق معانی ذهنی خود به صورت عینی را دارد (حاجلی، ۱۳۹۵). بنابراین نظریه‌های تفسیری ابزارهایی برای درک نقش پیچیده و چندوجهی رسانه‌ها در جامعه هستند و کمک می‌کنند تا به درک عمیق از چگونگی تعامل رسانه‌ها با افراد و تأثیرپذیری آنها از رسانه دست یافت. از میان مخاطبین،

1. Goldner

2. Berger & Lockman

3. Foucault

سالمندان به عنوان یک گروه جمعیتی خاص، دانش ضمنی، تجربیات، نیازها و ویژگی‌های منحصر به فردی دارند که می‌تواند نحوه تعامل آنها با رسانه‌ها و تفسیرشان از پیام‌های رسانه‌ای را تحت تأثیر قرار دهد (روشندل و چانه، ۱۴۰۳، ص. ۲). سالمندان نمادها و در نتیجه معانی را از رسانه دریافت و به عبارت دیگر الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی، اطلاعات و کلیشه‌های مثبت و منفی مرتبط با سالمندی را دریافت و درک خود از پیری و ساخت اجتماعی خود را شکل می‌دهند و به کنش اجتماعی می‌پردازند و به دنبال این کنش اجتماعی حاصل از تأثیرپذیری از رسانه، انتظارات رسانه‌ای خود را به عنوان واقعیت‌های مورد نیاز برای زندگی شکل می‌دهند (کشت‌کار رجبی و اعتباریان، ۱۳۹۷، ص. ۱۴۲). به نظر می‌رسد این انتظارات کمتر مورد توجه محققین بوده است، این در حالی است که برآورده شدن آنها از سوی رسانه می‌تواند کیفیت زندگی آنها را تحت تأثیر قرار دهد (گیوسکو و دیوز، ۲۰۱۸).

لذا با توجه به ضرورت شناسایی انتظارات رسانه‌ای سالمندان، خلأ پژوهشی موجود و نقش راهبردی رسانه در رفع این انتظارات، این پژوهش به دنبال واکاوی انتظارات رسانه‌ای سالمندان از دید آنان است، زیرا درک سالمندان از پدیده‌های مربوط به خود، می‌تواند ادراک واقعی و عمیق‌تری از آن پدیده ارائه نماید. نتایج این تحقیق می‌تواند درک بهتری از انتظارات سالمندان به اصحاب رسانه بدهد، راهگشای آنها برای تدوین چشم‌انداز رسانه‌ای و برنامه‌ریزی برای رفع نیازهای آنها باشد و ضمن ارائه خدمات به صورت مستقیم به سالمندان، توجه برخی نهادهای اجتماعی را به سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و ارائه خدمت به این نسل داشتن سالمندی سالم معطوف سازد.

پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی از نوع پدیدارشناسی است که با هدف واکاوی انتظارات رسانه‌ای سالمندان با مشارکت ۳۴ سالمند با روش نمونه‌گیری هدفمند در شهر اصفهان در سال ۱۴۰۳ انجام شد.

با توجه به اینکه نمونه‌گیری هدفمند غیراحتمالی است و در آن محقق بر قضاوت خود در انتخاب اعضای جامعه برای شرکت در نظرسنجی‌های تکیه می‌کند و نمونه را به گونه‌ای انتخاب می‌کند تا حد امکان ویژگی‌های جامعه واقعی را داشته باشد، در این پژوهش محقق ضمن مراجعه به محل‌های حضور سالمندان از جمله پارک‌ها، مراکز بهداشتی و کانون‌های بازنشستگی، سالمندانی را انتخاب کرد که معیارهای ورود به پژوهش را داشتند. این معیارها شامل توانایی عقلی، جسمی، سواد خواندن و نوشتن و داشتن محدوده سنی ۶۰ تا ۷۵ سال بود. با وجود اینکه در روش کیفی، نمی‌توان ادعا کرد، تنوع در انتخاب سالمندان در نمونه‌گیری کامل رعایت شده است، سعی گردید، حداکثر تنوع سنی، جنسی، تحصیلی و اجتماعی و اقتصادی مشارکت‌کنندگان در نظر گرفته شود.

برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده گردید. برای این منظور قبل از شروع مصاحبه، علاوه بر ارائه اطلاعات شفاهی، فرم رضایت آگاهانه در اختیار سالمندان قرار گرفت و پس از امضا رضایت‌نامه، انجام و ضبط مصاحبه آغاز گردید. سؤالات مصاحبه نیز باز پاسخ بود، اما پژوهشگر با طرح سؤال توجه مصاحبه‌شونده را به پدیده مورد نظر جلب می‌کرد. مصاحبه‌ها که بین ۴۰ تا ۶۰ دقیقه به طول می‌انجامید، ضبط و از موارد مهم، یادداشت‌برداری می‌شد. البته محقق در روند انجام مصاحبه، با عدم اعتماد به فرد ناشناس (پژوهشگر)، خودسانسوری، شرایط روحی و جسمی نامناسب از جمله بی‌حوصلگی و خستگی زود هنگام و اجتناب از ورود به مصاحبه، از سوی برخی از مصاحبه‌شوندگان روبه‌رو می‌شد. این محدودیت‌ها، پژوهشگر را بر آن می‌داشت تا مصاحبه خود را کوتاه نماید و از سوی دیگر افراد بیشتری را وارد جریان مصاحبه کند.

حجم نمونه در روش‌های کیفی، برخلاف انواع کمی زیاد نیست، چون محقق به دنبال دستیابی به تعمیم‌پذیری‌های گسترده نیست. براین اساس، مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که دیگر هیچ داده جدیدی در توصیف‌های مشارکت‌کنندگان پدیدار نشد و محقق به اشباع اطلاعات رسید. سپس برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده شد؛ به این صورت که محقق عملیات تحلیل را بعد از اولین مصاحبه و کار کدگذاری و دسته‌بندی را بعد از دو مصاحبه آغاز نمود. این کار به او کمک کرد تا بتواند، سؤالات دیگر مورد نیاز را طراحی و مسیر مصاحبه‌ها را هدایت نماید.

تحلیل مصاحبه‌ها با استفاده از الگوی هفت مرحله‌ای کلایزی انجام شد؛ به این صورت که متن مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و عبارات و جملات معنادار در رابطه با اینکه مشارکت‌کنندگان چه انتظاری از رسانه دارند، استخراج و وارد برنامه مکس کیودای گردید. در این مرحله سعی گردید که فهرست به دست آمده، مشتمل بر عبارات غیرتکراری و غیرهم‌پوش باشد. سپس محقق به تعبیر و تفسیر جملات و عبارات معنی‌دار فهرست شده و گروه‌بندی آنها به واحدهای اطلاعاتی بزرگتر که مضامین است، پرداخت و کدگذاری انجام و استخراج مضامین صورت گرفت.

در این پژوهش صحت یافته‌های کیفی براساس ملاک‌های قابلیت اعتبار، تأییدپذیری، قابلیت اعتماد و قابلیت انتقال مورد بررسی قرار گرفت. جهت کسب اطمینان از اعتبار کدگذاری‌ها توسط پژوهشگر اول، مقولات نامگذاری شده به وسیله پژوهشگران دوم و سوم مورد بازبینی قرار گرفت و اصلاحات لازم انجام شد. برای تأییدپذیری، فرایند انجام کار، متن مصاحبه‌ها جداگانه و یافته‌های حاصل از مطالعه در اختیار همکاران پژوهش قرار داده شد و مورد تحلیل و تأیید قرار گرفت. همچنین سعی شد مصاحبه‌ها دقیق پیاده‌سازی شود و مستندات حفظ گردد تا به تضمین قابلیت تأیید کمک کند. برای بررسی قابلیت اعتماد نیز، داده‌ها در اختیار سالمندان قرار گرفت و از سوی دیگر مورد بازبینی و تحلیل همکاران قرار گرفت و قابلیت اعتماد آنها تأیید شد. برای قابلیت انتقال هم، پژوهشگر تلاش کرد، توضیحات دقیق و کامل از روند تحقیق شامل نحوه انتخاب و ویژگی‌های

مشارکت کنندگان، جمع آوری داده و فرایند تحلیل ارائه کند و نمونه‌ها حداکثر تنوع را داشته باشند و در نهایت با کسب اجماع پژوهشگران، مقولات نهایی شکل گرفت.

۴. یافته‌های پژوهش

در این تحقیق ۱۹ سالمند زن و ۱۵ سالمند مرد مورد مصاحبه قرار گرفتند. یک نفر مطلقه، یک نفر مجرد، ۱۱ نفر همسر فوت شده و ۲۱ نفر متأهل بودند. بیشترین تحصیلات، ابتدایی و دیپلم و کمترین دکترا بود. بیشتر سالمندان خانه شخصی داشتند و کمترین مستأجر بودند و یا در خانه فرزندان زندگی می‌کردند. اکثریت بازنشسته و یا خانه‌دار بودند و منبع درآمد آنها حقوق بازنشستگی بود. پس از طبقه‌بندی داده‌ها ۷ مضمون اصلی، مشتمل بر ۱۶ مضمون فرعی مبتنی بر ۲۰۰ مفهوم به‌دست آمد (جدول ۱).

جدول ۱. یافته‌ها مبتنی بر مضامین اصلی و فرعی

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم
تندرستی‌افزایی	سواد سلامت	تغذیه مناسب، ورزش، چکاپ
کاهش تنهایی	خدمات درمانی آنلاین	خدمات درمانی در منزل، کادر درمان مجرب، حمایت بیمه‌ای آنلاین، سامانه نوبت‌دهی ویژه
	تقویت ارتباطات	دوست‌یابی، ارتباط با خانواده و دوستان، تبادل پیام، هوش فرهنگی
	همزادپنداری	تماشای داستان زندگی انسان‌ها، نمادهای فرهنگی، افتخارات ملی، شیوه زندگی در گذشته، برنامه از هنرمندان و شعرای قدیمی و مکان‌های گردشگری
	پرکردن اوقات فراغت	تماشای برنامه‌هایی مانند فیلم و اخبار، گوش کردن کتاب صوتی، شنیدن موسیقی، خواندن مطالب ادبی و

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم
		تاریخی، گردشگری مجازی و حضوری، حل جدول و معما، بازی آنلاین
خودگشودگی	اشتراک گذاری دغدغه‌ها	بیان مشکلات، تبادل تجارب
	تداعی خاطرات	یادآوری وقایع، ثبت سرگذشت
سازگاری بین نسلی	شخصیت‌شناسی	شناخت ویژگیهای شخصیتی
	پذیرش تفاوت‌ها	شناخت ویژگی افراد در دوره‌های سنی
	پذیرش جدامحوری خانواده	پذیرش مراقب، خانه سالمندان، جدازیستی فرزندان
	سواد رسانه‌ای	یادگیری استفاده از رسانه و زبان انگلیسی
منزلت افزایی	بازنمایی غیر سوگیرانه	بازنمایی کرامت، پویایی و پرباری، به رسمیت شناخته شدن ارزش‌های فکری
نقش‌پذیری	ارائه اطلاعات	کسب اطلاعات مالی و خدماتی، دریافت پاسخ سؤالات
	مهارت‌افزایی	فعالیت‌های فرهنگی و هنری، استفاده از فناوری‌های کمکی
	استقلال	انجام امور شخصی، فرهنگ‌سازی برای ازدواج با مرگ همسر، اولویت‌یابی در دریافت خدمات اجتماعی
معنویت‌افزایی	هوش معنوی	دیدن برنامه‌های معناگرا و کاهش ترس از مرگ، احساس رضایت و تعلق با انجام مناسک، عضویت در گروه‌های خیریه

سالمندی همراه با درک ناتوانی و بیماری‌های مزمن است، لذا سالمندان برای بهبود سلامتی از رسانه انتظار دارند، پیشگیری و درمان را برای آنها تسهیل کند (جدول ۲).

جدول ۲. یافته‌های دربرگیرنده مضمون تندرستی‌افزایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت‌کنندگان
سواد سلامت	* سخنان کارشناسان تلویزیون در مورد دیابت، تغذیه و فشار خون را دنبال می‌کنم و با شبکه ماهواره ورزش می‌کنم، برای همین ترسم از اینکه بیماری‌هایم تشدید شود، کمتر شده است، علاقه دارم این برنامه‌ها بیشتر و متناسب با بیماری‌های سالمندان پخش شود.
خدمات درمانی آنلاین	* وقتی می‌خواستم، زانویم را عمل جراحی کنم، سایت شرکت پرستاران خانگی، پرستاری را به من معرفی کرد و این باعث شد از سرگردانی نجات پیدا کنم. اگر ما سالمندان از طریق سایتی ویزیت می‌شدیم، کمتر زجر بیرون رفتن با پای درد را تحمل می‌نمودیم.

سالمندان به دنبال از دست دادن همسر و مهاجرت و یا مستقل شدن فرزندان با احساس تنهایی روبه‌رو می‌شوند و برای برون‌رفت از آن، سراغ رسانه می‌روند، از این رو انتظار دارند، رسانه با توجه به کارکردهای خود عامل کاهش تنهایی آنها باشد (جدول ۳).

جدول ۳. یافته‌های دربرگیرنده مضمون کاهش تنهایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت‌کنندگان
تقویت ارتباطات	* شوهرم بر اثر کرونا فوت کرد، بعد آن عضو تلگرام شدم و آنجا دوستان جدیدی پیدا کردم، این مرا کمک کرد تا کمتر احساس تنهایی کنم. اما با دوستان جدید گاهی دچار تنش می‌شوم چون آداب و رسوم و باورهای متفاوت از من دارند.
همزادپنداری	* گاهی احساس می‌کنم، بعضی بازیگرها زندگی مرا بازی می‌کنند، برای همین آن فیلم‌ها را دنبال می‌کنم، دوست دارم این نوع فیلم‌ها پخش شود.
پرکردن اوقات فراغت	* با گوش کردن کتاب صوتی از طریق تلگرام احساس می‌کنم، یکی با من حرف می‌زند و تنها نیستم، اما به نظرم می‌رسد، آن کتاب‌ها مناسب سن من نیستند.

سالمندان با یادآوری خاطره و بیان تجارب شخصی، می‌توانند، حسی از آرامش و شادی را تجربه کنند، لذا از رسانه انتظار دارند با ارائه برنامه متناسب، زمینه خودگشودگی را در آنها فراهم کند (جدول ۴).

جدول ۴. یافته‌های دربرگیرنده مضمون خودگشودگی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت‌کنندگان
اشتراک‌گذاری دغدغه‌ها	* گاهی که برای یک مشکل با خودم کلنجار می‌روم، در گروه در ایتا با دوستان درد و دل می‌کنم، این مرا آرام می‌کند. ما سالمندان نباید مشکلات را توی دلمان بگذاریم.
تداعی خاطرات	* قدم زدن بازیگر زیر باران در فیلمی مرا به کوچه‌های روستایمان برد و لذت و شادی آن موقع را یادآور شد، علاقه‌مندم، برنامه‌هایی را ببینم که این حس را در من ایجاد کند.

سالمندان برای رهایی از تنش حاصل از تضاد با خانواده و جامعه، خواهان دستیابی به سازگاری بین فردی هستند، لذا از رسانه انتظار دارند در جهت تعدیل شکاف نسلی به آنها کمک کند (جدول ۵).

جدول ۵. یافته‌های دربرگیرنده مضمون سازگاری بین نسلی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت‌کنندگان
شخصیت‌شناسی	* وقتی در فیلمی، فرد مسن را غرغرو و عصبی نشان می‌داد، متوجه شدم، من هم به بچه‌هایم خیلی غر می‌زنم و زود عصبانی می‌شوم. علاقه‌مندم، بیشتر خودم را بشناسم تا بتوانم، برخورد مناسب داشته باشم.
پذیرش تفاوت‌ها	* از وقتی در اینستاگرام خواندم که هر گروه سنی ویژگی‌های خود را دارد، دیگر به دنبال این نیستم که نوه‌هایم مثل من فکر کنند، برای همین دیگر از آنها برای رفتارشان نمی‌رنجم.

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
پذیرش جداءمحوری خانواده	*در سریالی عروس و مادر شوهر چون در یک خانه بودند، با هم اختلاف داشتند، این مرا نگران کرد، برای همین یک منزل برای پسرم گرفتم تا جدا از من زندگی کند.
سواد رسانه	* از وقتی یادگرفتم، از اینترنت استفاده کنم و وارد شبکه‌های اجتماعی شوم، اطلاعات عمومی من زیاد شده است و احساس نمی‌کنم از بچه‌هایم عقب هستم.

تکریم و احترام به سالمندان، احساس ارزشمندی و مورد توجه بودن به آنها می‌دهد. برای همین، خواستار این هستند که از منزلت برخوردار باشند و این را در قالب انتظار رسانه‌ای خود بیان می‌نمایند (جدول ۶).

جدول ۶. یافته‌های دربرگیرنده مضمون منزلت‌افزایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
بازنمایی غیرسوگیرانه	*وقتی تلویزیون سالمندان را مزاحم و عبوس و خانه سالمندان را غیرواقعی نشان می‌دهد، احساس می‌کنم، به من توهین شده است.

سالمندان با درک اینکه در معرض ناتوانی قرار دارند و این، سرباری آنها را به دنبال دارد، از رسانه انتظار دارند، زمینه ایفای نقش را برای آنها فراهم کند (جدول ۷).

جدول ۷. یافته‌های دربرگیرنده مضمون نقش‌پذیری

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
کسب اطلاعات عمومی	*به دلیل لرزش دست، قاشق غذاخوری از دستم می‌افتد. متأسفانه اطلاعاتی در مورد محل تهیه قاشق‌های مخصوص افراد مسن در اینترنت پیدا نکردم.
استقلال	*برای خرید مایحتاجم، دیگر نیاز به بچه‌هایم ندارم، در ایستگاه یا سایت ثبت می‌کنم، برایم در خانه می‌آورند.

مهارت افزایی	* شبکه آشپزی ماهواره را می بینم، برای همین فامیل، از دست پخت من خیلی تعریف می کنند. اگر ماهواره آموزش بافتنی بگذارد، یاد می گیرم تا برای نوه هایم کلاه بیافم.
--------------	---

سالمدان با توجه به اینکه خود را در آخرین دوره زندگی می بینند، علاقه مندند، با معنویات بیشتر مانوس باشند. بنابراین از رسانه انتظار ارائه برنامه با رویکرد معنوی دارند (جدول ۸).

جدول ۸. یافته های دربرگیرنده مضمون معنویت افزایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
هوش معنوی	* از وقتی برنامه زندگی پس از زندگی را دیده ام، ترسم از مرگ کم شده است. * وقتی شب های قدر پای تلویزیون دعا را گوش می دهم و از خدا طلب چیزی می کنم، احساس می کنم، رها نیستم و به یک قدرت توانا تکیه زده ام.

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

۵. ۱. نتیجه گیری

بیانات مصاحبه شوندگان در زمینه انتظارات رسانه ای، منجر به شناسایی هفت مضمون اصلی گردید. این مضامین از جمله شاخص های مربوط به ابعاد سلامت هستند که سازمان بهداشت جهانی آنها را شامل جسمی، روانی، اجتماعی و معنوی (دار^۱ و همکاران، ۲۰۱۳، ص. ۴) می داند.

۵. ۱. ۱. تندرستی افزایی

افراد وقتی به دوره سالمندی می رسند با ضعف جسمانی و انواع بیماری ها مواجه می شوند. این امر تجربه احساس درد و رنج ادراکی آنها را بالا می برد و توانشان را برای انجام امور، حتی وظایف

1. Dhar

شخصی کم می‌کند، بنابراین سالمندان نیاز به سواد سلامت و دریافت خدمات درمانی آنلاین دارند تا بتوانند، کیفیت زندگی خود را ارتقا بخشند. در این راستا، رسانه می‌تواند با ارائه اطلاعات مرتبط با پیشگیری و درمان، سواد سلامت سالمندان را ارتقا بخشد (کاوافا^۱ و همکاران، ۲۰۲۴)، به‌ویژه اینکه نیازهای درمانی سالمندان با توسعه رسانه‌های دیجیتال، دستخوش تغییر شده و انتظار دریافت اطلاعات پیرامون خدمات درمانی در منزل، حمایت بیمه‌ای (نعمانی و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۱۸۰)، دسترسی به کادر درمان، مربیان مجرب ورزشی (زارعی و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۱۹۲) و تنوع غذایی مناسب سالمندان به کمک شبکه‌های مجازی (تراکاپیبال و ملاندیو^۲، ۲۰۲۰، ص. ۲۷۲) را سبب شده است تا آنان بتوانند، احساس تندرستی بیشتری را تجربه نمایند.

۵. ۱. ۲. کاهش تنهایی

ارتباطات سالمندان با ورود به دوره سوم زندگی، به علت بازنشستگی، از دست دادن دوستان و نزدیکان و مستقل شدن فرزندان، ضعیف و منجر به احساس تنهایی می‌شود، زیرا آسیب‌پذیرترین سالمندان، کسانی هستند که تنها زندگی می‌کنند (رجبی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۵۰۳). آنچه باعث ارتباط‌افزایی می‌شود، شبکه‌های اجتماعی خانواده، دوستان و جامعه است که باید تقویت شود. با ضعیف شدن این شبکه‌ها، شبکه‌های مجازی راه میانبری برای بیرون نيفتادن سالمند از چرخه حیات اجتماعی است (علوی و رهنما، ۱۴۰۲، ص. ۶۳). از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی، سالمندان تماس صوتی و تصویری با دیگران برقرار و تبادل پیام می‌نمایند و با توجه به ارتباط تنگاتنگی که بین رسانه با سلامت روان وجود دارد، کاهش تنهایی را تجربه می‌کنند (نگارستانی و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۲). البته سالمندان برای ارتباط بهینه در شبکه اجتماعی، نیاز به مهارت‌هایی

1. Kawafha

2. Teerakapibal & Melanthiou

مانند هوش فرهنگی^۱ دارند (دونباخ^۲، ۲۰۲۳) که رسانه با ارائه آموزش می‌تواند در این راستا کمک‌کننده باشد. از عوامل دیگر مداخله‌گر کاهش تنهایی، همزادپنداری رسانه‌ای است. سالمندان معتقدند، با تماشای شخصیت‌های داستان‌ها و روایات، معانی را دریافت می‌کنند که نوعی از همدلی با دیگران و بهره‌گرفتن از تجارب افراد شبیه خود در رویارویی با تنهایی را برای آنان به همراه دارد (میردریگوند و پناهی، ۱۳۹۵، ص. ۱۰۹). همچنین سالمندان با توجه به تجربه زیسته خود مبنی بر درک تنهایی به علت داشتن وقت آزاد زیاد و توانایی رسانه برای سرگرم کردن آنها، از رسانه، انتظار دریافت محتوا برای پرکردن اوقات فراغت خود دارند (علیمندگاری و امامی، ۱۴۰۲، ص. ۸۹۵) و با توجه به اینکه کاهش احساس تنهایی سالمندان با پر کردن اوقات فراغت آنان رابطه مستقیم دارد (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۸۶۱). برنامه‌سازان تلویزیونی می‌توانند با در نظر گرفتن خواسته‌ها، نیازها و علائق سالمندان به تولید و پخش فیلم و برنامه‌هایی همچون بازی‌های مجازی برای این گروه سنی بپردازند (حسینی و خدابخشی، ۱۳۹۵، ص. ۱۰۹).

۵. ۱. ۳. خودگشودگی

سالمندان برای کاهش فشار ناشی از رویدادهای تلخ، افکار منفی و یا برای تبادل معنای ناشی از احساسات مثبت به رسانه پناه می‌برند و داستان‌ها، تجربیات و دغدغه‌های خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند (ویدرهولد^۳، ۲۰۲۰). از سوی دیگر یادآوری خاطرات مطلوب و بیان آنها، لذت تجربه شیرین گذشته و معنای شادی را برای آنان تداعی می‌کند (احمدی و همکاران، ۱۴۰۱، ص. ۳۶) و این امر، سبب خودگشودگی که رابطه مستقیم با شادکامی دارد، می‌شود (صانعی و مقیمی، ۱۳۹۳، ص. ۴۱). لوفت^۴ و اینگهام^۵ در مدل پنجره جوهری قائل به منطقه گشوده شدند که

۱. تعامل با افراد دارای فرهنگ متفاوت از خود

2. Donzbakh

3. Widerhold

4. Luft

5. Ingham

حاکی از اطلاعاتی و احساساتی است که رد و بدل می شود. شبکه های اجتماعی مجازی، این امکان را فراهم می سازند که پنجره جوهری به نفع منطقه گشوده تغییر یابد، زمینه برای انتقال معنا (بهمنی و محمدی، ۱۳۹۵، ص. ۶)، حمایت اجتماعی و بازسازی روانی پس از آسیب محقق شود (حسینلو و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۸۵).

۵. ۱. ۴. سازگاری بین نسلی

نسل ها در هر مقطع زمانی با تفاوت در ارزش ها، نگرش ها و رفتارها مواجهند که از آن تعبیر به شکاف نسلی می شود. شکاف نسلی از آن رو نگران کننده است که بحران هویتی عمیقی به وجود می آورد و منجر به تعارض والد و فرزند می شود (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۸). رسانه نهادی است که توانایی تعدیل این تعارض را با دادن آگاهی و انگیزه برای تغییرات فکری و رفتاری دارد. از موقعیت های چالش برانگیز برخی از سالمندان، تمایل فرزندان آنها به جدازیستی از والدین است که این برای سالمندان، ترس از تنهایی را به همراه داشته است (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۱۲۰)، در این راستا رسانه، هویت ساز قدرتمندی است که داده های محیطی را جمع آوری و تحلیل می کند و گفتمان عصر خود را شکل می دهد (ویست^۱، ۲۰۱۶، ص. ۲۰۴) و به این صورت می تواند، برای خانواده، پذیرش سالمند و برای سالمند که ناچار به زندگی دور از خانواده است، پذیرش جدازیستی را ایجاد کند. از دیگر عوامل تنش زای سالمندان، ویژگی های متفاوت بین فردی است. از نظر سالمندان، شناخت ویژگی های فردی هر دوره سنی برای برخورد مناسب در موقعیت های مختلف، عامل بهبود تعامل است، در این رابطه از رسانه انتظار می رود، ضمن تبیین دیدگاه اندیشمندان، آگاهی برساند و تضاد بین فردی را کاهش دهد (ریچ^۲، ۲۰۱۰، ص. ۴)، از جمله این دیدگاه ها، نظریه اریک برن^۳ است که شخصیت انسان را متشکل از سه جنبه والد، بالغ، و کودک

1. Wiest

2. Ritch

3. Eric Berne

می‌داند و وقتی شخصیت متعادل دانسته می‌شود که فرد بتواند با توجه به موقعیت، رفتار هوشمندانه از خود نشان دهد (اژنگ^۱ و همکاران، ۲۰۲۴، ص. ۲۶). عامل تنش‌زای دیگری که سالمندان درک نموده‌اند، شکاف اطلاعاتی با فرزندان است که برای سالمندان به علت پایین بودن اطلاعات، احساس حقارت در برداشته است. عامل این فاصله اطلاعاتی، شکاف دیجیتال نقره‌ای^۲ ناشی از عدم سواد رسانه‌ای سالمندان است (علوی و رهنما، ۱۴۰۲، ص. ۴۷)، بنابراین سالمندان، نیاز به یادگیری استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مهارت زبان انگلیسی برای تسهیل استفاده از رسانه دارند. رسانه می‌تواند خانواده‌ها را تشویق کند تا استفاده از رسانه را به سالمندان آموزش دهند (باسخا و همکاران، ۱۳۹۸، ص. ۲۰۱) و یا خود با آموزش به‌ویژه اگر براساس یک شبکه اجتماعی با چندین ناوبری خطی^۳ باشد، شکاف دیجیتال را تعدیل نماید (کاستیلا^۴ و همکاران، ۲۰۱۸، ص. ۲۴) تا با افزایش سواد رسانه‌ای، سازگاری بین نسلی محقق شود (پرنسکی^۵، ۲۰۰۱، ص. ۱).

۵.۱.۵. منزلت‌افزایی

سالمندان با کاهش فعالیت‌های اجتماعی، احساس می‌کنند، جامعه به آن‌ها کمتر توجه دارد. از سوی دیگر با تصورات کلیشه‌ای مبنی بر سرباری و ناتوانی روبه‌رو می‌شوند که رسانه در قالب تبعیض سنی و جنسیتی بازنمایی می‌کند (زنجرى، ۱۴۰۳، ص. ۴۵). از این‌رو انتظار دریافت احترام از دست‌رفته خود را از رسانه دارند. همچنین سالمندان حاصل عمر خود را دانش ضمنی می‌دانند که گنجینه‌ای از وقایع و تجارب آنهاست (پروایی، ۱۳۹۹). سالمندان علاقه‌مندند رسانه‌ها به‌طور عام و تلویزیون به‌طور خاص با ارائه روایات گسترده در قالب‌هایی مانند گفتار و نوشتار،

1. Ajang

۲. نابرابری در مهارت استفاده از فناوری

۳. انتقال اطلاعات به‌صورت یک‌سویه

4. Castilla

5. Prensky

تجارب آنها را انعکاس دهد تا به این صورت به دیگران منتقل شود و آنان حس ماندگاری و ارزشمندی را تجربه نمایند (اسکینز^۱، ۲۰۱۷، ص. ۱۰۶).

۵. ۱. ۶. نقش پذیری

از دید سالمندان، ایفای نقش می تواند، احساس سالمندی فعال را برای آنها رقم بزند، اما لازمه آن را، دستیابی به اطلاعات و کسب مهارت با به کارگیری مداخلات آموزشی (رجبی و همکاران، ۱۳۹۶، ص. ۵۳۸)، ازدواج سالمندانی که همسر از دست داده اند (ناصری و یزدخواستی، ۱۳۹۸، ص. ۳۱)، عدم قرار گرفتن در نوبت برای دریافت خدمات اجتماعی (تاجور و همکاران، ۱۴۰۲، ص. ۲۳۱) و فراگیری استفاده از فناوری های کمکی همچون ربات (ناچیپان^۲ و همکاران، ۲۰۲۳، ص. ۱۳۳) به کمک رسانه می دانند.

۵. ۱. ۷. معنویت افزایی

سالمندان با توجه به قرار گرفتن در مرحله سوم حیات، به معنویت گرایش پیدا می کنند و به دنبال برنامه هایی هستند که فلسفه حیات، هدفمندی، بقا، تعلق به منبع بی نهایت و رضایت نسبت به عملکرد مذهبی خود را درک نمایند (آخوندزاده، ۱۳۹۸، ص. ۲۹۰)، اما میزان بهره برداری از معنویت به هوش معنوی افراد برمی گردد. هوش معنوی، توانایی استفاده از منابع معنوی است که به عنوان متغیر مستقل با چهار متغیر وابسته تفکر انتقادی، تولید معنا، توسعه آگاهی و سلامت روان بر شاخص های علائم جسمانی، اضطرابی و افسردگی و کارکرد اجتماعی تأثیرگذار است (مختاری، ۱۴۰۰، ص. ۵۸). رسانه قادر است با توجه به قابلیت ارتباطی بی نظیر، نوع و میزان نیازهای معنوی سالمندان را شناسایی و متناسب با آن برنامه ارائه نماید و هوش معنوی سالمندان را ارتقا بخشد

1. Skains

2. Nachiappan

(ارشادی و همکاران، ۱۴۰۰، ص. ۸۵)، به‌ویژه اینکه سالمندان به علت ضعف جسمانی نمی‌توانند به محل‌های عبادی مثل مسجد بروند و نیاز به انس با معنویات در منزل دارند.

نتیجه اینکه سالمندی، پدیده غامضی است که تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل به‌هم‌پیوسته است که دربرگیرنده شاخص‌های مرتبط با ابعاد جسمی، روانی، اجتماعی و معنوی سلامت است. این شاخص‌ها، انتظارات سالمندان را شکل می‌دهد و رسانه ابزار قدرتمندی است که با معناسازی موجب شکل‌دهی رسانه‌ای آنها می‌شود و مبتنی بر کارکردهای خود، با ارائه محتوا و خدمات در برآورد آنها نقش دارد.

در این تحقیق انتظارات رسانه‌ای سالمندان از دیدگاه آنان دسته‌بندی شد. توجه به این انتظارات از سوی رسانه می‌تواند، پیشگیری و درمان سالمندان را تسهیل نماید، با ایجاد زنجیره‌هایی از تعاملات عمیق و غیرحضور دنیای ارتباطی جدیدی را برای آنان ایجاد و تنهایی آنها را تعدیل نمایند. واقعیت‌های دنیای بیرونی را شبیه‌سازی نماید تا سالمندان با شبیه‌سازی به نوعی از همدلی دست یابند. داشته‌های ذهنی سالمندان را به اشتراک بگذارد تا احساس ماندگاری و هدفمندی را تجربه نمایند، با بازنمایی، ایفای نقش را جایگزین سرباری و تکریم را جایگزین تحقیر کند، با شیوه اقناع‌سازی، سازگاری بین نسلی را سبب گردد و معنویت‌گرایی سالمندان را فزونی بخشد.

بنابراین سالمندی، امر پویایی است که باید به آن در قالب چشم‌انداز رسانه‌ای نگریست و با رفع نابرابری سنی و ارائه خدمات متنوع در محیط رسانه‌های جدید، انتظارات سالمندان که مورد شناسایی علمی قرار گرفته است را برآورده نمود و به زندگی آنان کیفیت بخشید. از این رو نتایج این تحقیق، دانشی را در اختیار اصحاب رسانه قرار می‌دهد تا با توجه به آن، پاسخگوی انتظارات سالمندان باشند و آنان را در زیست‌بوم رسانه‌ای، برای گذر سالم از دوره سالمندی به کنش وادارند.

یافته‌های این تحقیق، انعکاسی روشن از گستردگی انتظارات رسانه‌ای سالمندان در قالب ۲۰۰ مفهوم است. این گستردگی مفاهیم، عاملی بود که محقق نتواند به‌خوبی به تبیین مفاهیم دربرگیرنده مضامین پردازد. لذا پیشنهاد می‌شود، نیازهای رسانه‌ای سالمندان در هر مضمون، مجزا توسط پژوهشگران مورد تحقیق قرار گیرد. نکته دیگر اینکه بسیاری از سالمندان، از گوشی‌های همراه صرفاً برای تماس با فرزندان استفاده می‌کنند و مهارت استفاده از شبکه‌های مجازی و کامپیوتر را ندارند، برای همین نمی‌توانند از رسانه‌های جدید برای برآورد نیازهای خود کمک بگیرند، لذا پیشنهاد می‌شود، گوشی همراه و کامپیوتر ویژه سالمندان طراحی شود تا براساس تصویر، لمس، خطوط درشت و گویا بودن کار نماید، آموزش سواد رسانه‌ای با شیوه ساده و بر مبنای تکرار در اولویت رسانه‌های پرمخاطب مانند تلویزیون قرار گیرد، فرزندان برای آموزش سالمندان جهت استفاده از رسانه تشویق شوند و پلتفرم‌هایی طراحی شود تا سالمندان براساس نیاز، توانایی و علاقه، محتوا دریافت نمایند.

سپاس‌گزاری

از سالمندانی که در این پژوهش مشارکت داشتند، تشکر می‌شود.

تعارض منافع

استخراج مقاله از رساله دکتری است و تعارض منافع برای نگارندگان وجود ندارند.

ملاحظات اخلاقی

برای رعایت ملاحظات اخلاقی به شرکت‌کننده در تحقیق در مورد هدف پژوهش توضیح داده شد. اعلام اطمینان گردید که اطلاعات آنها محرمانه باقی می‌ماند و تأکید شد، هر زمان تمایل به ادامه همکاری نداشتند، می‌توانند از مطالعه خارج شوند. سپس فرم رضایت آگاهانه شرکت در مطالعه در اختیار آنها قرار گرفت که امضا نمودند. پروتکل مطالعه نیز توسط کمیته اخلاق دانشکده حکمرانی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان) تصویب و کد اخلاق IR.IAU.KHISF.REC.1403.165 دریافت گردید.

کتابنامه

۱. احدی، م؛ و عیوضی، م. ر. (۱۳۹۹). سالمندی جمعیت؛ چالشی برای امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران در دودوده آینده. راهبرد، ۲۹ (۹۶)، ۱۰۲-۶۳.
۲. احمدی، ع؛ مریدی، س؛ و نقی زاده، ع. (۱۴۰۱). اثربخشی آموزش شفقت‌ورزی به خود بر خودناتوان‌سازی تحصیلی و اشتیاق به مدرسه در دانش‌آموزان پسر دوره اول متوسطه. پیشرفت‌های نوین در علوم رفتاری، ۱۷ (۶۷)، ۲۶-۴۰.
۳. باسحا، م؛ محقق‌کمال، س. ح؛ و پاشازاده، ح. (۱۳۹۷). بررسی وضعیت پذیرش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در میان سالمندان شهر تهران. سالمند، ۱۳ (ویژه)، ۶۲۵-۵۵۳.
۴. بهمنی، م؛ و محمدی‌شکیبا، ا. (۱۳۹۵). سبک‌های نوین ارتباطات انسانی در فضای مجازی: فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی موبایلی. مطالعات رسانه‌های نوین، ۱ (۲)، ۱۴۰-۱۱۹.
۵. آخوندزاده، گ؛ پاقه، ف؛ و صفایی، ر. (۲۰۱۸). رابطه تجربه معنوی روزانه با خودمراقبتی در سالمندان شهر گنبدکاووس در سال ۲۰۱۷. پژوهش در علوم توانبخشی، ۱۴ (۵)، ۲۹۵-۲۸۹.
۶. ارشادی، م. م؛ اقدامی، م؛ و قلمکاریان، س. م. (۱۴۰۰). ارزیابی پروژه‌های مطرح شده در رسانه‌های ایران پیرامون سلامت معنوی براساس دیدگاه بینندگان و کارشناسان درگیر در فرآیند تحلیل شبکه: مطالعه موردی: شبکه تلویزیونی استان اصفهان. رسانه، ۳۲ (۳)، ۱۰۶-۸۱.
۷. اورنگ، ط؛ اورنگ، م؛ و اورنگ، س. (۱۳۹۹). سالمندی و اخلاق اجتماعی. اخلاق در علوم و فن‌آوری، ۱۵ (۳)، ۱-۲۵.
۸. ایزدی، ر؛ کاظمی، م؛ و عبدلی، ف. (۱۳۹۸). اثربخشی مشارکت در فعالیت‌های فراغتی گروهی بر تنهایی و سلامت عمومی زنان سالمند بیوه: یک مطالعه کارآزمایی بالینی. دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، ۱۸ (۹)، ۸۷۴-۸۶۱.

۹. برکت، م؛ چلنگر، ز؛ و محبی، ن. (۱۴۰۰). بررسی پدیدارشناسانه زیست رسانه‌ای سالمندان در دوران کرونا؛ مورد مطالعه، نسل رسانه‌های آنالوگ دارای موبایل هوشمند. *تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۴(۲)، ۱۵۱-۱۲۵.
۱۰. پروائی، ش. (۱۳۹۹). *سالمندان کار*. تهران: نشر همشهری.
۱۱. تاجور، م؛ زنجری، ن؛ اکبری‌کامرانی، ا. ع؛ و فروغان، م. (۱۴۰۲). *وضعیت سلامت سالمندان در ایران*. تهران: دانشگاه علوم توانبخشی و سلامت اجتماعی.
۱۲. حاجی‌لی، ع. (۱۳۹۵). فوکو، گفتمان، تحلیل گفتمان. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۲(۴۲)، ۸۷-۶۳.
۱۳. حسین‌لو، ع؛ جمهری، ف؛ و نامور، ه. (۱۳۹۹). پیش‌بینی رشد پس از سانحه براساس گشودگی نسبت به تجربه و خودپنداره با میانجی‌گری حمایت اجتماعی در جانبازان مبتلا به اختلال استرس: یک مدل‌سازی معادلات ساختاری. *روان‌شناسی بالینی و شخصیت*، ۱۸(۱)، ۹۱-۸۳.
۱۴. حسینی، ف ا؛ خدابخشی‌کلایی، ا؛ و تقوایی، د. (۱۳۹۵). اثربخشی فیلم‌درمانی گروهی بر شادکامی و کیفیت زندگی سالمندان خانه سالمندان کهریزک. *سواد سلامت*، ۱(۲)، ۱۱۷-۱۰۹.
۱۵. خالقی‌محمدی، ح؛ و ببران، ص. (۱۴۰۰). جایگاه رسانه در سبک زندگی. *فرهنگ - ارتباطات*، ۸۱(۵۶)، ۷۴-۵۷.
۱۶. ذوالفقاری، ع؛ و صوفی‌زاد، گ. (۱۳۹۲). مطالعه گروه‌های مرجع زنان جوان شهر ایلام. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۴(۳)، ۷۰-۵۷.
۱۷. رجبی، م؛ جهانشیری، س؛ کاشانی‌موحد، ب؛ رضایی، ح؛ حسینی، س. ف؛ گرمارودی، غ؛ ... و تهرانی‌بنی‌هاشمی، آ. (۱۳۹۶). سنجش کیفیت زندگی سالمندان شهر تهران و عوامل مرتبط با آن. *پایش*، ۱۶(۴)، ۵۳۱-۵۴۱.
۱۸. روشندل‌اربطانی، ط؛ و جانی، ص. (۱۴۰۳). الگوی مصرف رسانه‌های نوین در میان مصرف‌کنندگان ایرانی: یک تحلیل پدیدارشناسی تفسیری. *مدیریت بازرگانی*، ۱۶(۱)، ۱۱۱-۸۷.
۱۹. زارعی، م؛ قاسمی، ح؛ و نیک‌بخش، ر. (۱۴۰۱). مطالعه تطبیقی فعالیت‌های ورزشی تفریحی سالمندان کشورهای آلمان و ایران. *علوم پزشکی رازی*، ۲۹(۸)، ۱۹۸-۱۸۷.

۲۰. زنجری، ن؛ کلانتری بنادکی، س. ز؛ صادقی، ر؛ و دلبری، ا. (۱۴۰۳). آینده پژوهی چالش‌ها و پیشران‌های سالخوردگی جمعیت در ایران: رویکرد تحلیل سناریو. *سالمند: مجله سالمندی ایران*، ۱۹ (۲)، ۲۷۵-۲۸۵.
۲۱. صانعی، م؛ و مقیمی، ز. (۱۳۹۳). رابطه بین شادکامی کارکنان و نوآوری در سازمان‌های دانش‌بنیان. *مدیریت توسعه و تحول*، ۶ (۱۹)، ۳۹-۴۶.
۲۲. شاکری نژاد، م؛ ویسی، ا؛ و سیداقایی احمدی، س. ز. (۱۴۰۲). توسعه نظریه‌های ارتباط جمعی در محیط رسانه‌ای جدید. *رسانه و فرهنگ*، ۱۳ (۲)، ۷۱-۱۱۵.
۲۳. صبور، م؛ صحاف، ر؛ و سام، ش. (۱۳۹۳). در بازنشستگان فرهنگی، وضعیت به کارگیری اینترنت و ارتباط آن با احساس تنهایی. *سالمندی*، ۹ (۱)، ۶۳-۷۱.
۲۴. علوی، ل؛ و رهنما، ف. (۱۴۰۲). بررسی تجربه سالمندان در رسانه‌های اجتماعی. *مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۶ (۱۹)، ۴۳-۷۰.
۲۵. علیمندگاری، م؛ و امامی، ع. (۱۴۰۲). برنامه‌سازی رسانه‌ای برای سالمندان: مطالعه‌ای کیفی در شهر یزد. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۴۱ (۳)، ۸۵۹-۸۹۸.
۲۶. غفوری، آ؛ و صالحی، ک. (۱۳۹۹). تجربه زیسته بزرگسالان از فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی: یک مطالعه کیفی. *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، ۲۱ (۵۱)، ۷-۳۸.
۲۷. قلی‌زاده، س؛ استاجی، ز؛ اکرمی، ر؛ و قنبری مقدم، ع. (۱۳۹۸). نیازهای مرتبط با سلامت سالمندان در شهر سبزوار، ایران، ۱۳۹۸. *سالمندشناسی*، ۴ (۴)، ۶۸-۷۵.
۲۸. کشت‌کار رجبی، م؛ و اعتباریان، ع. ا. (۱۳۹۷). بررسی و نقد فلسفی نظریه دوعاملی فردریک هرزبرگ از دیدگاه نمادین - تفسیری. *مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)*، ۲۷ (۸۹)، ۱۱۴-۱۱۹.
۲۹. گلین حسنی‌پور، ع؛ و راستیان، ا. (۱۴۰۳). نگاهی انتقادی به ارزش‌های برساخت‌گرا و واقع‌گرا در مطالعه ساختار اجتماعی براساس نظریه اعتباریات علامه طباطبائی. *نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان*، ۱۴ (۳)، ۱-۱۹.
۳۰. گولدنر، آ. (۱۳۷۶). *بحران در جامعه‌شناسی غرب*. (ح. قاضیان، ترجمه). تهران: نشر مرکز.

۳۱. مقصودی، ا؛ کوه شوری‌نیا، ی؛ حسینی، م؛ کرمی، پ؛ و اتباعی، م. (۱۳۹۶). مقایسه کیفیت زندگی سالمندان مقیم خانه و سرای سالمندان. *علوم پزشکی صدر*، ۵(۳)، ۱۲۹-۱۱۹.
۳۲. نعمانی، ف؛ مراداسماعیل، ز؛ و فیاض‌بخش، ا. (۱۴۰۱). بررسی بیماریهای شایع در بین سالمندان گیرنده خدمات درمانی و مراقبتی در منزل. *سازمان نظام پزشکی*، ۴۰(۳)، ۱۸۲-۱۷۳.
۳۳. میردریگوند، ف؛ پناهی، ه؛ و حسینی‌راماگنی، ن. س. (۱۳۹۵). تنهایی سالمندان: نقش مهارت‌های ارتباطی، حمایت اجتماعی و ناتوانی عملکردی. *روان‌شناسی سالمندی*، ۲(۲)، ۱۱۳-۱۰۳.
۳۴. میری، ن؛ مداح، م؛ و راغفر، ح. (۱۳۹۸). سالمندی و رشد اقتصادی. *سالمندی ایران*، ۱۳(۵)، ۶۳۷-۶۲۶.
۳۵. ناصری، ع؛ و یزدخواستی، ب. (۱۳۹۸). بررسی عوامل جامعه‌شناختی مرتبط با عدم ازدواج مجدد زنان فاقد همسر. *توسعه اجتماعی*، ۱۴(۱)، ۶۰-۳۱.
۳۶. نرباخ، و. (۱۴۰۲). *دانشنامه بین‌المللی ارتباطات*. (م. کوثری، و ح. بشیر، ترجمه). تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۳۷. نگارستانی، م؛ راشدی، و؛ محمدزاده، م؛ و برهانی‌نژاد، و. ر. (۱۴۰۰). سلامت روان سالمندان در پاندمی کووید. *سالمند*، ۱۶(۱)، ۸۵-۷۴.
۳۸. نوری، ع؛ و فارسی، س. (۱۳۹۷). انتظارات سالمندان مقیم سرای سالمندان از فرزندان. *سالمندی*، ۱۳(۲)، ۲۶۲-۲۷۹.
۳۹. مختاری، م. ح. (۱۴۰۱). اثر هوش معنوی بر سلامت روان: مطالعه‌ای بر پرستاران زن در بیمارستان‌های مازندران. *مطالعات فقهی حقوقی زن و خانواده*، ۵(۸)، ۸۳-۵۷.
۴۰. وزیري، ا؛ و فیض‌آبادی، م. (۱۴۰۱). نیازها و انتظارات سالمندان از کتابخانه‌های عمومی. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۵(۱)، ۲۲۰-۱۹۳.
۴۱. یوسفی، س؛ اصفهانی، ا؛ احمدی، م؛ و نودهی، م. (۱۴۰۳). ارائه الگویی برای توسعه شهرت رسانه‌ای در سازمان‌های ورزشی رویدادمحور با تأکید بر نظریه دریافت. *مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی*، ۱۱(۴۳)، ۴۳-۵۸.

42. Ajang, Y., Mahmoodi, M., & Hassanabadi, M. (2024). Analyzing Eric Berne's theory of transactional analysis on the. *Journal of Lyrical Literature Researches*, 22(42), 25-46.
43. Aksan, N., Kısac, B., Aydın, M., & Demirbukan, S. (2009). Symbolic interaction theory. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 902-904.
44. Aspinall, R; & Lang, P O. (2018). Interventions to restore appropriate immune function in the elderly. *Immunity & Ageing*, 15(1), 1-8.
45. Boll, F., & Brune, P. (2016). Online support for the elderly—why service and social network platforms should be integrated. *Procedia Computer Science*, 98, 395-400.
46. Castilla, D., Botella, C., Miralles, I., Bretón-López, J., Dragomir-Davis, A. M., Zaragoza, I., & Garcia-Palacios, A. (2018). Teaching digital literacy skills to the elderly using a social network with linear navigation: A case study in a rural area. *International Journal of Human-Computer Studies*, 118, 24-37.
47. Chen, L., Jia, J., Xiao, M., Wu, C., & Zhang, L. (2016). The effect of information communication technology interventions on reducing social isolation in the elderly: a systematic review. *Journal of Medical and Knowledge Management Systems*, 48(1), 103-121.
48. Cirilli, E., & Nicolini, P. (2020). Elderly people, Covid-19 and technologies: a qualitative research. *Edulearn20 Proceedings, 12th International Conference on Education and New Learning Technologies*, University of Macerata (ITALY), 6-7 July. Appears in: EDULEARN20 Proceedings, Pages: 8401-8410.
49. Dhar, N., Chaturvedi, S. K., & Nandan, D. (2013). Spiritual health, the fourth dimension: A public health perspective. *WHO South-East Asia Journal of Public Health*, 2(1), 3–5.
50. Ghafoor, F., & Naz, M. A. (2024). Expectations and challenges of institutionalized and noninstitutionalized elderly in Pakistan: a phenomenological study. *Working with Older People*, 28(2), 170-184.
51. Givskov, C., & Deuze, M. (2018). Researching new media and social diversity in later life. *New media & society*, 20(1), 399-412.
52. amalludin, M., Bagaskara, D., Krisnawaty, A., Nurdianti, P., & Ruliyandari, R. (2025). Effectiveness of Leaflet Media on PHBS Knowledge and Attitudes in The Elderly and Pre-Elderly in Jogokariyan Village. *Jurnal EduHealth*, 16(01), 619-626.
53. Jin, J., & Kim, H. K. (2025). Exploring the effect of social media use on loneliness among older adults: A meta-analysis. *Journal of Health Psychology*, 1-8.

54. Kasar, K. S., & Karaman, E. (2021). Life in lockdown: Social isolation, loneliness and quality of life in the elderly during the COVID-19 pandemic: A scoping review. *Geriatric Nursing*, 42(5), 1222-1229.
55. Kawafha, M., Alsaqer, K., Al-Maghaireh, D. a., Shiyyab, H., Al Kofahi, A., & Saleh, M. (2025). The association between health literacy and self-care of hypertension among older adults in five regions in Jordan. *Working with Older People*, 29(2), 137-146.
56. Kim, Y., & Lee, M. (2023). Does social media use mitigate or exacerbate loneliness among Korean older adults? Focusing on the moderating role of media literacy. *Social media+ Society*, 9(2), 20563051231176160.
57. Kobayashi, T., Miyazaki, T., Uchida, R., Tanaka, H., & Arai, K. (2018). Social media agency robot for elderly people. *Journal of Information Processing*, 26, 736-746.
58. Kuscus, M., & Fombad, M. C. (2022). Exploring the informational and recreational needs of the elderly: Library users in Temperance Town, South Africa. *Library Philosophy and Practice*, 1-18.
59. Lei, X., Matovic, D., Leung, W.-Y., Viju, A., & Wuthrich, V. M. (2024). The relationship between social media use and psychosocial outcomes in older adults: a systematic review. *International psychogeriatrics*, 36(9), 714-746.
60. Li, S., Yin, Y., & Yunus, M. M. (2025). Elderly people in the digital cultural environment: Social media use, environmental stress, and intergenerational interaction. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 10(31), 433-439.
61. Leist, A.K. (2013). Social media use of older adults: a mini-review. *Gerontology Regenerative and Technological Section*, 59 (4), 378-84.
62. Nachiappan, N., Ward, S., Chockalingam, N., & Chambers, R. (2023). Can simple household assistive products enhance the self-care of health and well-being? *Journal of Integrated Care*, 31(2), 132-145.
63. Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
64. Ritch S. (2010). The tell me project... helping to create an age-friendly society. *Working with Older People* 14(3), 4-9.
65. Schutz, A., & Luckmann, Th. (1973). *The Structures of the oflifworld*, (R. M. Zaner & H. T. Engelhardt Jr, Trns). London: Northwestern University Press.
66. Skains, R. L. (2017). The adaptive process of multimodal composition: How developing tacit knowledge of digital tools affects creative writing. *Computers and Composition*, 43, 106-117.

67. Tammissalo, K., Danielsbacka, M., Tanskanen, A. O., & Arpino, B. (2024). Social media contact with family members and happiness in younger and older adults. *Computers in Human Behavior*, 153, 103-108.
68. Teerakapibal, S., & Melanthiou, Y. (2020). The new helping the old: Social media as a facilitator for variety seeking in food choices of the grey population. *British Food Journal*, 122(1), 272-290.
69. United Nations Population Fund. (1999). *UNFPA key action for the future implementation of the program of action of the International Conference on Population and Development, General Assembly*. New York: ICPD; 1999.
70. Wiederhold, B. (2020). How virtual reality is changing the reality of aging. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 23(3), 11-16.
71. Wiest, J. B. (2016). The role of mass media in the transmission of culture. In *Communication and Information Technologies Annual*, 11, 203-219.