

انتظارات رسانه ای سالمندان: واکاوی پدیدارشناسانه

بتول سلطانی^۱، فائزه تقی پور^{۲*}، مریم عمیدی مظاهری^۳

چکیده

بررسی انتظارات رسانه ای سالمندان که ناشی از نیازهای آنهاست، امری ضروری برای داشتن سالمندی سالم می باشد. لذا این پژوهش سعی دارد به درک جامعی از انتظارات رسانه ای سالمندان بر حسب تجربه زیسته آنها دست یابد. در این مطالعه از روش پدیدارشناسی با نمونه گیری هدفمند، ضمن انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۳۴ سالمند ۶۰ تا ۷۵ سال در شهر اصفهان در سال ۱۴۰۳ استفاده شد و پس از جمع آوری داده ها، از روش هفت مرحله ای تحقیقات کیفی (کولایزی) برای تحلیل استفاده گردید. اعتبار داده ها نیز با استفاده از تکنیک های تاییدپذیری، اعتمادپذیری و همسوسازی پژوهشگران تایید شد و پس از استخراج داده ها و طبقه بندی آنها، ۷ مضمون اصلی «تندرستی افزایی، کاهش تنهایی، خودگشودگی، سازگاری بین نسلی، منزلت افزایی، نقش پذیری و معنویت افزایی» مشتمل بر ۱۶ مضمون فرعی «سواد سلامت، خدمات درمانی آنلاین، تقویت ارتباطات، همزادپنداری، پرکردن اوقات فراغت، اشتراک گذاری دغدغه ها، تداعی خاطرات، شخصیت شناسی، پذیرش تفاوتها، پذیرش جدامحور خانواده، سواد رسانه ای، بازنمایی غیر سوگیرانه، ارائه و تبادل اطلاعات، مهارت افزایی، استقلال، هوش معنوی» مبتنی بر ۲۰۰ مفهوم بدست آمد و با آنها انتظارات رسانه ای سالمندان تبیین شد. گستردگی مفاهیم انتظاری سالمندان در این تحقیق، نشان از نیازهای رسانه ای آنهاست که ضرورت دارد، رسانه ها در برنامه سازی به آنها توجه نمایند و برنامه ریزی و اقدام سازمانهای حکومتی و مردم نهاد را به سمت برآورد آنها و تحقق سالمندی فعال سوق دهند. واژگان کلیدی: انتظارات، رسانه، سالمند

۱- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، دانشکده بازار و کسب و کار، واحد اصفهان(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران، soltani.129@gmail.com

۲- *دانشیار، گروه علوم ارتباطات، دانشکده بازار و کسب و کار، واحد اصفهان(خوراسگان)، دانشگاه آزاد اسلامی، اصفهان، ایران (نویسنده مسؤول)، f.taghipour@iau.ac.ir، تلفن: ۰۹۱۳۱۰۶۴۲۹۱

۳- دانشیار، گروه آموزش بهداشت، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی، اصفهان، ایران، maryamamidi@hlth.mui.ac.ir

Media Expectations of Older Adults: A Phenomenological Investigation

Batul Soltani^۱, Faezeh Taghipour^{۲*}, Maryam Mazaheri Amidi^۳

1 - Ph.D. student of Communication Sciences. Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Isf.C; Islamic Azad University, Isfahan, Iran. soltani.129@gmail.com

2- * Associate Professor, Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Isf.C; Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Corresponding Author), f.taghipour 58@iau.ac.ir, Phone: 09131064291

3 - Associate Professor, Department of Health Education, Institute of Health, University of Medical Sciences, Isfahan, Iran, maryamamidi@hlth.mui.ac.ir

Abstract

Examining the media expectations of the elderly, which stem from their needs, is essential for healthy aging. Therefore, this research attempts to achieve a comprehensive understanding of the media expectations of the elderly based on their lived experiences. In this study, a phenomenological method was used with purposive sampling. Thirty-four elderly people aged 60 to 75 years participated in semi-structured interviews in the city of Isfahan in the year 1403. Following the data collection, the Colaizzi method was employed for analysis. The validity of the data was confirmed by the techniques of variability, reliability and alignment of researchers. After extracting and classifying the data, seven main themes including "health promotion, loneliness reduction, self-disclosure, intergenerational adaptation, dignity enhancement, role-

۱ - Ph.D. student of Communication Sciences. Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Isf.C; Islamic Azad University, Isfahan, Iran. soltani.129@gmail.com

۲- * Associate Professor, Department of Communication Sciences, Institute of Market and Business, Isf.C; Islamic Azad University, Isfahan, Iran (Corresponding Author), f.taghipour@iau.ac.ir, Phone: 09131064291

۳ - Associate Professor, Department of Health Education, Institute of Health, University of Medical Sciences, Isfahan, Iran, maryamamidi@hlth.mui.ac.ir.

taking, and spirituality enhancement" were revealed. These themes included 16 sub-themes, including" health literacy, online healthcare services, strengthening communication, doppelganger, leisure time fulfillment, sharing concerns, Memories evoked, personality assessment, acceptance of differences, acceptance of family separation, media literacy, unbiased representation, information sharing and exchange, skill enhancement, independence, and spiritual intelligence". These sub-themes are based on 200 concepts, which were used to clarify the media expectations of the elderly. The breadth of the expectations of the elderly in this research indicates the necessity for policymaking, planning, and action by media people to direct governmental and civil organizations toward addressing those needs and assisting the elderly in achieving healthy aging

Keywords: Expectations, Media, Elderly

۱. مقدمه

برآورد انتظارات سالمندان از راهبردهای سالمندی سالم است، زیرا این انتظارات، نیازهای سالمندان از جمله نیازهای رسانه ای آنها را در بر می گیرد.

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: ۶۳۰). دوره سالمندی متأثر از تضعیف قوای کارکردی است و سالمند از سیستم ایمنی ضعیف برخوردار و در معرض آسیبهای جسمانی، روانشناختی و محیطی می‌باشد (آسپینال و لانگ^۱، ۲۰۱۸: ۱) و این تبعات گسترده برای حوزه‌های درمانی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور دارد، به گونه‌ای که بیم می‌رود در ایران، کل سیستم اجتماعی و حاکمیتی را دچار بحران کند و برنامه توسعه دچار ناکارآمدی شود زیرا اقتصاد، رفاه و توسعه ارتباط دو سویه با جمعیت سالمندی دارد (احدی و عیوضی، ۱۳۹۹: ۶۴). برای کاهش تبعات سالمندی برای فرد و جامعه لازم است نیازهای سالمندان مورد توجه قرار گیرد. بر اساس 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 بر اساس 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، زمین خوردنهای مکرر و ابزارهای کمکی مانند دندان مصنوعی است (قلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸: ۷۰)، این نیازها، انتظارات سالمندان را شکل می‌دهد. از سوی دیگر، سالمندان وقتی به عنوان اعضای نسل رسانه‌های چاپی و آنالوگ وارد فضای جدید رسانه ای دیجیتال شدند، تجاربی را کسب کردند. این تجربه‌ها آگاهی‌هایی برای آنها ایجاد کرده که زیست رسانه ای آنها و در نتیجه انتظارات آنها را معنا بخشیده است (برکت و همکاران، ۱۴۰۰: 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: ۶۴)، ارائه خدمات به کمک رباتها (کوبایاشی^۲ و همکاران، ۲۰۱۸: ۷۳۶) و شبکه‌های اجتماعی آنلاین (بول و بران^۳، ۲۰۱۶: ۳۹۵) از جمله این امکانات است. البته رسانه‌ها می‌توانند عواقب منفی همچون سوء استفاده از اطلاعات شخصی، توزیع اطلاعات مضر (لیست^۴، ۲۰۱۳: ۳۹۵)، نادیده انگاشتن فرایند حیات با تبلیغات و اغراق در ارزش جوانی و در نتیجه تبعیض سنی (اورنگ و همکاران، ۱۳۹۹: ۴) و تشدید ناراحتیهای روانشناختی به علت کاهش روابط چهره به چهره و افزایش استفاده از اینترنت (صبور و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۴) را نیز به دنبال داشته باشند که افزایش سواد رسانه ای با تأثیر بر ادراک ریسک، خودکارآمدی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار قادر است، این پیامدهای منفی

1. Aspinall & Lang

2. Kobayashi

3. Boll & Brune

4. Leist

را کنترل و استفاده بهینه از رسانه را هموار کند (چن^۱ و همکاران، ۲۰۲۴: ۱۰۳). آنچه مسلم است، اینکه رسانه با توجه به کارکردها و ظرفیت اثرگذاری خود، می تواند ضمن افزایش سواد رسانه ای سالمندان، در برآورد انتظارات آنان سهم عظیمی داشته باشد، طوریکه تکامل انسان که مبتنی بر سلامت جسمی، اجتماعی، روانی و معنوی است و ویژه سن خاصی نیست را با ارائه منظر رسانه ای سبب شود (گیوسکو و دیوز^۲، ۲۰۱۸). بسیاری از مشکلات چالش برانگیز سالمندی به جامعه برمی گردد، در حالیکه مورد توجه نیست و نیاز شدیدی وجود دارد که به سطح آورد شود تا فرصتهایی را برای رسیدن به رفاه برای سالمندان فراهم کند و منجر به درک دغدغه ها و برآورد انتظارات سالمندان از سوی جامعه و حاکمیت شود. این درک را رسانه می تواند، ایجاد کند و راههایی که سالمندان برای غلبه بر این چالشها نیاز دارند، بدست دهد و آنها را به کنش واداد (غفور و نز^۳، ۲۰۲۴: ۱۷۰). برای این امر با توجه به ناتوانیهای سالمندان، ابعاد گسترده خواسته ها و نیازهای آنان و ظرفیت نسل رسانه ای دیجیتال که دنیا را در نورددیده، تدوین چشم انداز رسانه ای سالمندان و برنامه ریزی در آن راستا ضروری است که لازمه آن شناخت انتظارات رسانه ای سالمندان است. این شناخت می تواند، اولویتهای سالمندان را برای بهزیستی مشخص کند و اطلاعاتی را در اختیار اصحاب رسانه قرار دهد تا با توجه به آن سیاستها و برنامه های راهبردی خود را تدوین نمایند و باعث تحقق سالمندی سالم برای سالمندان شوند.

۲. مبانی نظری تحقیق

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 نازیسته، نیازهای مادی و حمایتی، رسالت صدا و سیما، 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 فرصتها و تهدیدهای فضای مجازی نشان دادند که به رغم وجود فرصتهای 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^۴ (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

-
1. Chen
 2. Givskov & Deuze
 3. Ghafoor & Naz
 4. Jin & Kim

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 ارتقا 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 مطالعه ای آوردند، اثر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر تنهایی سالمندان با سواد رسانه‌ای تعدیل می‌شود. ساین کسار و کارامان^۴ (۲۰۲۱) در تحقیق خود آورده اند، 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 نوه های خود از رسانه های جدید استفاده کردند و تنهایی خود را التیام بخشیدند. کوبایاشی و همکاران (۲۰۱۸) نشان دادند، با ربات، امکان تخمین مقصد پیام ایجاد می شود و سالمندان می توانند از طریق صدا تبادل اطلاعات نمایند. کوسکاس و مدلین^۶ (۲۰۱۷) در نتایج تحقیقی بیان نمودند، اطلاعات پزشکی و کتابهای رمان و مذهبی از نیازهای سالمندان است و سالمندان کتابهای صوتی را جانشینی برای چاپی می دانند.

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 می دهد و سازنده نیازها و در نتیجه انتظارات آنان است، اما به نظر می رسد، 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 حیطه هایی که به نظر می رسد در تحقیقات پیشین به آنها کمتر پرداخته شده است، تبعات گذر جامعه از سنت به مدرنیته و نقش رسانه با توجه به کارکرد فرهنگ سازی خود در تعدیل آن تبعات برای سالمندان می باشد. همچنین عدم بررسی چگونگی آموزش سالمندان سخت یادگیر به کمک رسانه است، زیرا سالمندان برای دسترسی به ابزارهای رسانه ای، آشنایی با نرم افزارهای رسانه ای و مدیریت پیامدهای منفی رسانه و بهزیستی نیاز به آموزش دارند. بنابراین با توجه به تحقیقات پیشین می توان گفت، سالمندان نیازها و به دنبال آن انتظاراتی دارند که واکاوی آنها خلأ پژوهشی محسوب می شود.

۲-۲. چارچوب نظری .

1. Lei

2. Tammisalo

3. Kim & Lee

4 . Kasar & Karaman

5. CirilliP & Nicolini

6. Kuscus & Madeleine

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 (شاگری نژاد و همکاران، ۱۴۰۲: ۷۸). در پژوهش حاضر چارچوب مفهومی، متشکل از نظریه‌های تفسیری از جمله نظریه دریافت، پدیدار شناسی، 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 (کشت کار رجبی و اعتباریان، ۱۳۹۷: ۱۴۱).

استوارت هال و مورلی^۱ در طرح نظریه دریافت بیان می‌کنند که مخاطبان منفعل نیستند، بلکه با توجه به پیش‌زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و فردی خود، پیامها را تفسیر می‌کنند و رمزگشایی مخاطبان می‌تواند با رمزگذاری تولیدکنندگان همسو، مخالف یا مذاکره‌ای باشد. از این رو رسانه به عنوان منبع پیام، می‌تواند محتوای خود را به گونه‌ای ارائه کند که با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی مخاطبان همخوانی و به این صورت تأثیرگذاری بیشتری داشته باشد (یوسفی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱) و مرلو پونتی و شوتز^۲ در نظریه پدیدارشناسی تأکید می‌کنند، 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 می‌آید. پس تفسیر است که منجر به کسب تجربه و رفتار معنادار می‌شود و زیست و تجربه، منبع طرح تفسیری است که در چارچوب آن امور معنادار می‌شوند (شوتز و لوکمان^۳، ۱۹۷۳، ص ۱۶). براساس دو نظریه فوق می‌توان گفت، تجارب افراد که تحت تأثیر رسانه بازاندیشی می‌شود، مفاهیم مورد انتظار آنها را شکل می‌دهد.

از سوی دیگر، بر اساس نظریه کنش متقابل نمادین، به دنبال درک و تفسیر رویدادها، هویت افراد شکل می‌گیرد، هربرت مید^۴ در این رابطه بیان می‌نماید که معنا از طریق تعامل افراد با یکدیگر و با نمادها ساخته می‌شود و منجر به شکل‌گیری هویت می‌گردد (آکسون^۵ و همکاران، ۲۰۰۶)، هورتون کولی^۶ خود آینه ای را مطرح می‌کند و معتقد است، هویت از طریق درک تصور دیگران به خود، شکل می‌گیرد (ذوالفقاری و صوفی، ۱۳۹۱: ۵۷) و گافمن^۷ به رویکرد نمایشی اشاره و تأکید می‌نماید 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^۸، 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 شکل دهنده انتظارات آنهاست.

1. Stuart Hal & Morley

2. Merleau Ponty & Schutz

3. Schutz & Luckmann

4. Herbert Mead

5. Aksan

6. Horton Cooley

7. Goffman

8. Goldner

نظریه دیگری که قابل طرح است، ساخت گرایی است. برگر و لاکمن^۱ در این نظریه مطرح می کنند که واقعیت، از طریق فرآیندهای اجتماعی و زبانی ساخته می شود و جهان اجتماعی تجلی تفسیر رخدادهایی است که در اطراف فرد رخ می دهد. این تجلی به صورت میان ذهنی شکل می گیرد و وقتی واقعیت شکل گرفت، حالت عینی به خود می گیرد. همچنان که پست مدرنها می گویند و این فرآیند را، فرآیند ساخت اجتماعی واقعیت می نامند (گلینی حسنی پور و راستیان: ۱۴۰۳: ۱۰) و فوکو^۲ از این امر تعبیر به گفتمان به عنوان نظام معنایی شکل دهنده تفکر و عمل یاد می کند. نهادی که مملو از نمادهاست، رسانه می باشد، این نمادها در قالب گفتمان، زبان، تصویر و صدا ظهور می کند و با نمایش، بازنمایی، کلیشه سازی و ایجاد تعامل و انتقال اطلاعات، معنا سازی می کند.

بر اساس نظریه های تفسیری، مخاطب با تفسیر معنا، هویت فردی و اجتماعی خود را تحت تأثیر قرار می دهد 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: ۱۳۹۵). بنابراین نظریه های تفسیری ابزارهایی برای درک نقش پیچیده و چندوجهی رسانه ها در جامعه هستند و کمک می کنند تا به درک عمیق از چگونگی تعامل رسانه ها با افراد و تأثیرپذیری آنها از رسانه دست یافت. از میان مخاطبین، سالمندان به عنوان یک گروه جمعیتی خاص، دانش ضمنی، تجربیات، نیازها و ویژگی های منحصر به فردی دارند که می تواند نحوه تعامل آنها با رسانه ها و تفسیرشان از پیامهای رسانه ای را تحت تأثیر قرار دهد (روشندل و چانه، ۱۴۰۳: ۲). سالمندان نمادها و در نتیجه معانی را از رسانه دریافت و به عبارت دیگر الگوهای رفتاری، ارزش ها و هنجارهای اجتماعی، اطلاعات و کلیشه های مثبت و منفی مرتبط با سالمندی را دریافت و درک خود از پیری و ساخت اجتماعی خود را شکل می دهند و به کنش اجتماعی می پردازند و به دنبال این کنش اجتماعی حاصل از تأثیرپذیری از رسانه، انتظارات رسانه ای خود را به عنوان واقعتهای مورد نیاز برای زندگی شکل می دهند (کشت کار رجبی و اعتباریان، ۱۳۹۷: ۱۴۲). به نظر می رسد این انتظارات کمتر مورد توجه محققین بوده است، این در حالی است که برآورده شدن آنها از سوی رسانه می تواند کیفیت زندگی آنها را تحت تأثیر قرار دهد (گیوسکو و دیوز، ۲۰۱۸).

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

۳. روش پژوهش

^۱. Berger & Lockman

^۲. Foucault

پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی از نوع پدیدارشناسی است که با هدف واکاوی انتظارات رسانه ای 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 نمود 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 مشارکت کنندگان در نظر گرفته شود.

برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه نیمه ساختار یافته 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 رضایت نامه، انجام و ضبط مصاحبه آغاز گردید. سؤالات مصاحبه نیز باز پاسخ بود، اما پژوهشگر با طرح سؤال توجه مصاحبه شونده را به پدیده مورد نظر جلب می‌کرد. مصاحبه‌ها که بین ۴۰ تا ۶۰ دقیقه به طول می‌انجامید، ضبط و از موارد مهم، یادداشت برداری می‌شد. البته محقق در روند انجام مصاحبه، با عدم اعتماد به فرد ناشناس (پژوهشگر)، خود سانسوری، شرایط روحی و جسمی نامناسب از جمله بی‌حوصلگی و خستگی زود هنگام و اجتناب از ورود به مصاحبه، از سوی برخی از مصاحبه شونده‌گان 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 تعمیم پذیری‌های گسترده نیست. بر این اساس، مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که دیگر هیچ داده جدیدی در توصیفهای مشارکت کنندگان پدیدار نشد و محقق به اشباع اطلاعات رسید. سپس برای تحلیل داده‌ها از روش تحلیل مضمون استفاده‌شد. 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 این که مشارکت کنندگان چه انتظاری از رسانه دارند، استخراج و وارد برنامه مکس کیودای گردید. در این مرحله سعی گردید که فهرست بدست 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 می‌باشد، پرداخت و کدگذاری انجام و استخراج مضامین صورت گرفت.

در این پژوهش صحت یافته‌های کیفی بر اساس 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 بوسیله پژوهشگران دوم و سوم مورد بازبینی قرار گرفت و اصلاحات لازم انجام شد. برای تأیید پذیری، 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 مصاحبه ها دقیق پیاده سازی شود و مستندات حفظ گردد تا به تضمین قابلیت تأیید کمک کند. برای بررسی قابلیت اعتماد نیز، داده ها 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 نمونه ها حداکثر تنوع را داشته باشند و در نهایت با کسب اجماع پژوهشگران، مقولات نهایی شکل گرفت.

۴. یافته ها

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 می کردند. اکثریت بازنشسته و یا خانه دار بودند و منبع درآمد آنها حقوق بازنشستگی بود. پس از طبقه بندی داده ها ۷ مضمون اصلی، مشتمل بر ۱۶ مضمون فرعی مبتنی بر ۲۰۰ مفهوم بدست آمد (جدول ۱).

سالمندان برای

جدول ۱: یافته ها مبتنی بر مضامین اصلی و فرعی

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

تاریخی، گردشگری مجازی و حضوری، حل جدول و معما، بازی آنلاین		
بیان مشکلات، تبادل تجارب	اشتراک گذاری دغدغه ها	خودگشودگی
یادآوری وقایع، ثبت سرگذشت	تداعی خاطرات	
شناخت ویژگیهای شخصیتی	شخصیت شناسی	سازگاری بین نسلی
شناخت ویژگی افراد در دوره های سنی	پذیرش تفاوتها	
پذیرش مراقب، خانه سالمندان، جدازیستی فرزندان	پذیرش جدامحوری خانواده	
یادگیری استفاده از رسانه و زبان انگلیسی	سواد رسانه ای	
بازنمایی کرامت، پویایی و پرباری، به رسمیت شناخته شدن ارزشهای فکری	بازنمایی غیر سوگیرانه	منزلت افزایی
کسب اطلاعات مالی و خدماتی، دریافت پاسخ سؤالات	ارائه اطلاعات	نقش پذیری
فعالتهای فرهنگی هنری، استفاده از فناوریهای کمکی	مهارت افزایی	
انجام امور شخصی، فرهنگی سازی برای ازدواج با مرگ همسر، اولویت یابی در دریافت خدمات اجتماعی	استقلال	

معنویت افزایی	هوش معنوی	دیدن برنامه های 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 انتظارات دارند، پیشگیری و درمان را برای آنها تسهیل کند (جدول ۲).

جدول ۲: یافته های دربرگیرنده مضمون تندرستی افزایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
سواد سلامت	*سخنان کارشناسان تلویزیون در مورد دیابت، تغذیه و فشار خون را دنبال می کنم و با شبکه ماهواره ورزش می کنم، برای همین ترسم از اینکه بیماریهایم تشدید شود، کمتر شده است، علاقه دارم این برنامه ها بیشتر و متناسب با بیماریهای سالمندان پخش شود.
خدمات درمانی آنلاین	*وقتی می خواستم، 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 می شدیم، کمتر زجر بیرون رفتن با پای درد را تحمل می نمودیم.

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

جدول ۳: یافته های دربرگیرنده مضمون کاهش تنهایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
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 می شوم چون آداب و رسوم و باورهای متفاوت از من دارند.

همزادپنداری	*گاهی احساس می کنم، بعضی بازیگرها زندگی مرا بازی می کنند، برای همین آن فیلمها را دنبال می کنم، دوست دارم این نوع فیلمها پخش شود.
پرکردن اوقات فراغت	* با گوش کردن کتاب صوتی از طریق تلگرام احساس می کنم، یکی با من حرف می زند و تنها نیستم، اما به نظرم می رسد، آن کتابها مناسب سن من نیستند.

سالمندان با یادآوری خاطره و بیان تجارب شخصی، می توانند، 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: یافته های دربرگیرنده مضمون خودگشودگی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
اشتراک گذاری دغدغه ها	* گاهی که برای یک مشکل با خودم کلنجار می روم، در گروه در ایستا با دوستان درد و دل می کنم، این مرا آرام می کند. ما سالمندان نباید مشکلات را توی دلمان بگذاریم.
تداعی خاطرات	*قدم زدن بازیگر زیر باران در فیلمی مرا به کوچه های روستایمان برد و لذت و شادی آن موقع را یادآور شد، علاقه مندم، برنامه هایی را ببینم که این حس را در من ایجاد کند.

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

جدول ۵: یافته های دربرگیرنده مضمون سازگاری بین نسلی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
شخصیت شناسی	* وقتی در فیلمی، فرد مسن را غرغرو و عصبی نشان می داد، متوجه شدم، من هم به بچه هایم خیلی غر می زنم و زود عصبانی می شوم. علاقه مندم، بیشتر خودم را بشناسم تا بتوانم، برخورد مناسب داشته باشم.
پذیرش تفاوتها	*از وقتی در اینستاگرام خواندم که هر گروه سنی ویژگی های خود را دارد، دیگر به دنبال این نیستم که نوه هایم مثل من فکر کنند، برای همین دیگر از آنها برای رفتارشان نمی رنجم.

پذیرش جدامحوری 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 شبکه های اجتماعی شوم، اطلاعات عمومی من زیاد شده است و احساس نمی کنم از بچه هایم عقب هستم.

تکریم و احترام به سالمندان، احساس ارزشمندی و مورد توجه بودن به آنها می دهد. برای همین، خواستار این هستم که از منزلت برخوردار باشند و این را در قالب انتظار رسانه ای خود بیان می نمایم (جدول ۶).

جدول شماره ۶: یافته های دربرگیرنده مضمون منزلت افزایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
بازنمایی غیرسوگیرانه	*وقتی تلویزیون سالمندان را مزاحم و عبوس و خانه سالمندان را غیر واقعی نشان می دهد، احساس می کنم، 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 شماره ۷: یافته های دربرگیرنده مضمون نقش پذیری

سخنان مشارکت کنندگان	مضمون فرعی
کسب اطلاعات عمومی	*به دلیل لرزش دست، قاشق غذاخوری از دستم می افتد. متأسفانه اطلاعاتی در مورد محل تهیه قاشق های مخصوص افراد مسن در اینترنت پیدا نکردم.
استقلال	*برای خرید مایحتاجم، دیگر نیاز به بچه هایم ندارم، در اینستا یا سایت ثبت می کنم، برایم در خانه می آورند.
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 ببافم.

سالمندان با توجه به اینکه خود را در آخرین دوره زندگی می بینند، علاقه مندند، با معنویات بیشتر مأنوس باشند. بنابراین از رسانه انتظار ارائه برنامه با رویکرد معنوی دارند(جدول۸).

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. بحث و 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: ۴) می داند.

۵-۱. تندرستی افزایی: افراد وقتی به دوره سالمندی می رسند با ضعف جسمانی و انواع بیماریها مواجه می شوند، این تجربه احساس درد و رنج ادراکی آنها را بالا می برد و توانشان را برای انجام امور، حتی وظایف شخصی کم می کند، بنابراین سالمندان نیاز به سواد سلامت و دریافت خدمات درمانی آنلاین دارند تا بتوانند، کیفیت زندگی خود را ارتقا بخشند. در این راستا، رسانه می تواند با ارائه اطلاعات مرتبط با پیشگیری و درمان، سواد سلامت سالمندان را ارتقا بخشد (کاوفا^۲ و همکاران، ۲۰۲۴)، بویژه اینکه نیازهای درمانی سالمندان با توسعه رسانه های دیجیتال، دستخوش تغییر شده و انتظار دریافت اطلاعات پیرامون خدمات درمانی در منزل، حمایت بیمه ای (نعمانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۸۰)، دسترسی به کادر درمان، مربیان مجرب ورزشی (زارعی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۹۲) و تنوع غذایی مناسب سالمندان به کمک شبکه های مجازی (تراکاپیبال و ملاندیو^۳، ۲۰۲۰: ۲۷۲) را سبب شده است تا آنان بتوانند، احساس تندرستی بیشتری را تجربه نمایند.

۵-۲. 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 می شود، زیرا آسیب پذیرترین سالمندان، کسانی هستند که تنها زندگی می کنند (رجبی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۰۳). آنچه باعث ارتباط افزایی می شود، شبکه های اجتماعی خانواده، دوستان و جامعه است که باید تقویت شود، با ضعیف شدن این شبکه ها، شبکه های مجازی راه

¹. Dhar

². Kawafha

³. Teerakapibal & Melanthiou

میانبری برای بیرون نيفتادن سالمند از چرخه حیات اجتماعی است (علوی و رهنما، ۱۴۰۲: ۶۳). از طریق شبکه های اجتماعی مجازی، سالمندان تماس صوتی و تصویری با دیگران برقرار و تبادل پیام می نمایند و با توجه به ارتباط تنگاتنگی که بین رسانه با سلامت روان وجود دارد، کاهش تنهایی را تجربه می کنند (نگارستانی و همکاران، ۱۴۰۰، ۱). البته سالمندان برای ارتباط بهینه در شبکه اجتماعی، نیاز به مهارت هایی مانند هوش فرهنگی^۱ دارند (دونباخ^۲، ۲۰۲۳) که رسانه با ارائه آموزش می تواند در این راستا کمک کننده باشد. از عوامل دیگر مداخله گر کاهش تنهایی، همزادپنداری رسانه ای است. سالمندان معتقدند، با تماشای شخصیت های داستان ها و روایات، معانی را دریافت می کنند که نوعی از همدلی با دیگران و بهره گرفتن از تجارب افراد شبیه خود در رویارویی با تنهایی را برای آنان به همراه دارد (میردریكوند و پناهی، ۱۳۹۵: 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: ۸۹۵) و با توجه به اینکه کاهش احساس تنهایی سالمندان با پر کردن اوقات فراغت آنان رابطه مستقیم دارد (ایزدی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۶۱)، برنامه سازان تلویزیونی می توانند با در نظر گرفتن خواسته ها، نیازها و علائق سالمندان به تولید و پخش فیلم و برنامه هایی همچون بازی های مجازی برای این گروه سنی بپردازند (حسینی و خدابخشی، ۱۳۹۵: ۱۰۹).

۳-۵. خودگشودگی: سالمندان برای کاهش فشار ناشی از رویدادهای تلخ، افکار منفی و یا برای تبادل معنای ناشی از احساسات مثبت به رسانه پناه می برند و داستان ها، تجربیات و دغدغه های خود را در شبکه های اجتماعی به اشتراک می گذارند (ویدرهولد^۳، ۲۰۲۰). از سوی دیگر یادآوری خاطرات مطلوب و بیان آنها، لذت تجربه شیرین گذشته و معنای شادی را برای آنان تداعی می کند (احمدی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۶) و این امر، خودگشودگی که رابطه مستقیم با شادکامی دارد را در آنها سبب می شود (صانعی و مقیمی، ۱۳۹۳: ۴۱). لوفت^۴ و اینگهام^۵ در مدل پنجره جوهری قائل به منطقه گشوده شدند که 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، ۱۳۹۴: ۶)، حمایت اجتماعی و بازسازی روانی پس از آسیب محقق شود (حسینلو و همکاران: ۱۳۹۶: ۸۵).

۴-۵. سازگاری بین نسلی: نسلها در هر مقطع زمانی با تفاوت در ارزشها، نگرشها و رفتارها مواجهند که از آن تعبیر به شکاف نسلی می شود. شکاف نسلی از آن رو نگران کننده است که بحران هویتی عمیقی بوجود می آورد و منجر به تعارض والد و فرزند می شود (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۶، 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 تنها زیستی را به همراه

۱. تعامل با افراد دارای فرهنگ متفاوت از خود

۲. Donzbakh

۳. Widerhold

۴. Luft

۵. Ingham

داشته است (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۶: 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: ۲۰۴) و به این صورت می تواند، برای خانواده، پذیرش سالمند و برای سالمند که ناچار به زندگی دور از خانواده است، پذیرش جدا زیستی 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، ارائه آگاهی نماید و تضاد بین فردی را کاهش دهد (ریچ^۲، ۲۰۱۰: ۴)، از جمله این دیدگاه ها، نظریه اریک برن^۳ است که شخصیت انسان را متشکل از سه جنبه والد، بالغ، و کودک می داند و وقتی شخصیت متعادل دانسته می شود که فرد بتواند با توجه به موقعیت، رفتار هوشمندانه از خود نشان دهد (اژنگ^۴ و همکاران، ۲۰۲۴، ۲۶). عامل تنش زای دیگری که سالمندان درک نموده اند، شکاف اطلاعاتی با فرزندان است که برای سالمندان به علت پایین بودن اطلاعات، احساس حقارت در برداشته است. عامل این فاصله اطلاعاتی، شکاف دیجیتال نقره ای^۵ ناشی از عدم سواد رسانه ای سالمندان است (علوی و رهنما، ۱۴۰۲: ۴۷)، بنابراین سالمندان، نیاز به یادگیری استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی و مهارت زبان انگلیسی برای تسهیل استفاده از رسانه دارند. رسانه می تواند خانواده ها را تشویق کند تا استفاده از رسانه را به سالمندان آموزش دهند (باسخا و همکاران، ۱۳۹۸، ۲۰۱) و یا خود با آموزش بویژه اگر بر اساس یک شبکه اجتماعی با چندین نوبری خطی^۶ باشد، شکاف دیجیتال را تعدیل نماید (کاستیلا^۷ و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۴) تا با افزایش سواد رسانه ای، سازگاری بین نسلی محقق شود (پرنسکی^۸، ۲۰۰۱: ۱).

۵-۵. متزلزلت افزایی: سالمندان با کاهش فعالیت های اجتماعی، احساس می کنند، جامعه به آن ها کمتر توجه دارد. از سوی دیگر با تصورات کلیشه ای مبنی بر سرباری و ناتوانی رو به رو می شوند که رسانه در قالب تبعیض سنی و جنسیتی بازنمایی می کند (زنجر، ۱۴۰۳: ۴۵). از این رو انتظار دریافت احترام از رفته خود را از رسانه دارند. همچنین سالمندان حاصل عمر خود را دانش ضمنی می دانند که گنجینه ای از وقایع و تجارب آنهاست (پروایی، ۱۳۹۹). و علاقه مندند، رسانه ها به طور عام و تلویزیون به طور خاص با ارائه روایات گسترده در قالب هایی مانند خواندن و نوشتن آنها را به دانش صریح تبدیل و به دیگران منتقل کند تا آنان حس ماندگاری و ارزشمندی را تجربه کنند (اسکینز^۹، ۲۰۱۷: ۱۰۶).

۶-۵. نقش پذیری: از دید سالمندان، ایفای نقش می تواند، احساس سالمندی فعال را برای آنها رقم بزند، اما لازمه آن را، دست یابی به اطلاعات و کسب مهارت با بکارگیری مداخلات آموزشی (رجبی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۳۸)،

1. Wiest
2. Ritch
3. Eric Berne
4. Ajang

۵. نابرابری در مهارت استفاده از فناوری

۶. انتقال اطلاعات به صورت یک سویه

7. Castilla
8. Prensky
9. Prensky

ازدواج سالمندانی که همسر از دست داده اند (ناصری و یزدخواستی، ۱۳۹۸: ۳۱)، عدم قرار گرفتن در نوبت برای دریافت خدمات اجتماعی (تاجور و همکاران، ۱۴۰۲، ۲۳۱) و فراگیری استفاده از فناوری های کمکی همچون ربات (ناچیپان^۱ و همکاران، ۲۰۲۳: ۱۳۳) به کمک رسانه می دانند.

۵-۷. 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: ۲۹۰)، اما میزان بهره برداری از معنویت به هوش معنوی افراد بر می 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: ۵۸). رسانه قادر است با توجه به قابلیت ارتباطی بی نظیر، نوع و میزان نیاز های معنوی سالمندان را شناسایی و متناسب با آن برنامه ارائه نماید و هوش معنوی سالمندان را ارتقا بخشد (ارشادی و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۵). بویژه اینکه سالمندان به علت ضعف جسمانی نمی توانند به محلهای عبادی مثل مسجد بروند و نیاز به انس با معنویات در منزل دارند.

نتیجه اینکه سالمندی، پدیده غامضی است که تحت تأثیر مجموعه ای از عوامل به هم پیوسته است که دربرگیرنده شاخص های مرتبط با ابعاد جسمی، روانی، اجتماعی و معنوی سلامت می باشد، این شاخص ها، انتظارات سالمندان را شکل می دهد و رسانه ابزار قدرتمندی است که با معنا سازی شکل رسانه ای آنها را سبب می شود و مبتنی بر کارکردهای خود، با ارائه محتوا و خدمات در برآورد آنها نقش دارد.

در این تحقیق انتظارات رسانه ای سالمندان از دیدگاه آنان دسته بندی شد. توجه به این انتظارات از سوی رسانه می تواند، پیشگیری و درمان سالمندان را تسهیل نماید، با ایجاد زنجیره هایی از تعاملات عمیق و غیرحضوری دنیای ارتباطی جدیدی را برای آنان ایجاد و تنهایی آنها را تعدیل نماید. واقعیت های دنیای بیرونی را شبیه سازی نماید تا سالمندان با شبیه سازی به نوعی از همدلی دست یابند. داشته های ذهنی سالمندان را به اشتراک بگذارد تا احساس مانده گاری و هدفمندی را تجربه نمایند، با بازنمایی، ایفای نقش را جایگزین سرباری و تکریم را جایگزین تحقیر کند، با شیوه اقناع سازی، سازگاری بین نسلی را سبب گردد و معنویت گرایی سالمندان را فزونی بخشد.

بنابراین سالمندی، امر پویایی است که باید به آن در قالب چشم انداز رسانه ای نگریست و با رفع نابرابری سنی و ارائه خدمات متنوع در محیط رسانه های 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 می دهد تا با توجه به آن، پاسخگوی انتظارات سالمندان باشند و آنان را در زیست بوم رسانه ای، برای گذر سالم از دوره سالمندی به کنش وادارند.

پیشنهادهات

یافته های این تحقیق، انعکاسی روشن از گستردگی انتظارات رسانه ای سالمندان در قالب ۲۰۰ مفهوم است. این گستردگی مفاهیم، عاملی بود که محقق نتواند به خوبی به تبیین مفاهیم دربرگیرنده مضامین بپردازد. لذا پیشنهاد می

شود، نیازهای رسانه ای سالمندان در هر مضمون، مجزا توسط پژوهشگران مورد تحقیق قرار گیرد. نکته دیگر اینکه بسیاری از سالمندان، از گوشی های همراه صرفاً برای تماس با فرزندان استفاده می کنند و مهارت استفاده از شبکه های مجازی و کامپیوتر را ندارند، برای همین نمی توانند از رسانه های جدید برای برآورد نیازهای خود کمک بگیرند، لذا پیشنهاد می شود، گوشی همراه و کامپیوتر ویژه سالمندان طراحی شود تا بر اساس تصویر، لمس، خطوط درشت و گویا بودن کار نماید، آموزش سواد رسانه ای با شیوه ساده و بر مبنای تکرار در اولویت رسانه های پر مخاطب مانند تلویزیون قرار گیرد، فرزندان برای آموزش سالمندان جهت استفاده از رسانه تشویق شوند و پلتفرمهایی طراحی شود تا سالمندان بر اساس نیاز، توانایی و علاقه، محتوا دریافت نمایند.

سپاسگذاری

از سالمندانی که در این پژوهش مشارکت داشتند، تشکر می شود.

تعارض منافع

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

ملاحظات اخلاقی

برای رعایت ملاحظات اخلاقی به شرکت کننده در تحقیق در مورد هدف پژوهش توضیح داده شد. اعلام اطمینان گردید که اطلاعات آنها محرمانه باقی می ماند و تأکید شد، هر زمان تمایل به ادامه همکاری نداشتند، می توانند از مطالعه خارج شوند. سپس فرم رضایت آگاهانه شرکت در مطالعه در اختیار آنها قرار گرفت که امضا نمودند. پروتوکل 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.

منابع

- Ahadi, M. R., & Eyvazi, M. R. (2021). Population aging; A challenge for the National Security of the Islamic Republic of Iran in the next Two Decades. *Strategy*, 29(3), 63-102.
- 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.
- Akhoundzadeh, G; Pagheh, F; & Safaei, R. (2018). The Relationship of Daily Spiritual Experience with Self-Care among the Elderly in Gonbad-e-Kavos City, Iran, in 2017. *Journal of Research in Rehabilitation Sciences*, 14(5), 289-295.
- Aksan, N., Kısac, B., Aydın, M., & Demirbukan, S. (2009). Symbolic interaction theory. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 1(1), 902-904.
- Alavi, L., & Rahnama, F. (2023). Investigating the experience of the elderly on social media using thematic analysis approach. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 6(19), 70-43.
- Alimondegari M, & Adeleh, E. (2023). Media programming for the elderly: a qualitative study in Yazd city. *Social and cultural strategy*, 3(12), 859-898.
- Aspinall, R; & Lang, P O. (2018). Interventions to restore appropriate immune function in the elderly. *Immunity & Ageing*, 15(1), 1-8.
- Bahmani, m; & Mohammadi Shakiba, A,. (2015). *New styles of human communication in cyberspace; opportunities and threats of mobile social networks*. *Studies of New Media*, 1(2), 119-140.

Basakha, M., Mohaqeqi Kamal, S. H., & Pashazadeh, H. (2019). Acceptance of information and communication technology by the elderly people living in Tehran. *Iranian journal of ageing*, 13(5), 550-563.

Barekat, M., Chelengar, Z., & Mohebbi, N. (2021). A phenomenological study of elderly biomedica during the coronavirus: A case study of analog media generation of smartphone. *Journal of Iranian Cultural Research*, 14(2), 125-151.

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.

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.

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.

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.

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.

Donzbakh, W. (2023). *International encyclopedia of communication* (E. S. G. a. H. Bashir, Trans.). Imam Sadeq University.

Ershadi, M. M; Eghdami, M; & Ghalamkarian, S. M. (2021). Evaluation of Projects Brought up by Iranian Media about Spiritual Health Based on the Views of Viewers and Experts Involved in Network Analysis Process (Case study: Isfahan Province Television Network). *Rasaneh*, 32(3), 81-106.

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.

Ghafoori, A., & Salehi, K. (2020). Adults lived experience of opportunities and threats of cyberspace: a qualitative study. *Journal of Culture-Communication Studies*, 21(51), 7-38.

Gholizadeh, S., Estaji, Z., Akrami, R., & Ghanbari Moghaddam, A. (2020). Health related needs of the elderly in Sabzevar city of Iran, 2019. *J Gerontol*, 4(4), 68-75.

Givskov, C., & Deuze, M. (2018). Researching new media and social diversity in later life. *New media & society*, 20(1), 399-412.

Goldner, A. (1989). *Crisis in western sociology*. Tehran, Iran: S.H. Enteshar.

Goleyn Hasanipor, E., & Rastian, E. (2024). A critical view at constructivist and realist values in the study of social structure based on Tabatabai's Theory of Etebarian. *Journal of Social Theories of Muslim Thinkers*, 14(3), 1-19.

Hajli, A. (2016). Foucault, discourse, discourse analysis. *Cultural Studies & Communication*, 12(42), 63–87.

Hosseini, A., Jomehri, F., & Namvar, H. (2020). The prediction of posttraumatic growth based on openness to experience and self-concept by mediating of social support in veterans with PTSD: A structural equations modeling. *Clinical Psychology and Personality*, 15(1), 83-91. doi: 10.22070/cpap.2017.15.1.83

Hosseini, F. a., Khodabakhshi Kolaee, A., & Taghvaei, D. (2016). Effectiveness of group film therapy on happiness and quality of life among elderly adults of Kahrizak nursing home. *Journal of Health Literacy*, 1(2), 109-117.

Izadi, R., Kazemi, M., & Abdoli, F. (2019). Effectiveness of participation in group leisure activities on loneliness and general health of widowed elderly women: A clinical trial study. *Journal of Rafsanjan University of Medical Sciences*, 18(9), 861-874.

Jamalludin, 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.

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.

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.

Kawafha, M., Alsaqer, K., Al-Maghaireh, D. a., Shiyyab, H., Al Kofahi, A., & Saleh, M. (2024). The association between health literacy and self-care of hypertension among older adults in five regions in Jordan. *Working with Older People*.

Keshtkar Rajabi, M., & Etebarian, A. A. (2018). The study and philosophical critique of Frederick Herzberg's two-factor theory from a symbolic-interpretative viewpoint. *Management Studies in Development and Evolution*, 27(89), 119-144.

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).

Khaleghi Mohammadi, H., & Babran, S. (2021). Media's role in changing the lifestyle of the elderly people. *Journal of Culture-Communication Studies*, 22(56), 57-74.

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.

Kuscus M, Fombad MC. Exploring the informational and recreational needs of the elderly: library users in temperance town, South Africa. *Library Philosophy & Practice*.

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.

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.

Leist, A.K. (2013). Social media use of older adults: a mini-review. *Gerontology Regenerative and Technological Section*, 59 (4), 378-84.

Maghsoudi, A., Koohshoorinia, Y., Hoseini, M., Karami, P., Atbaee, M., Bahadori, Z.,

Mirdrikvand, F., Panahi, H., and Hoseyni Ramaghani, N. S. (2016). *Loneliness of the elderly: The*

role of communication skills, social support, and functional disability. *Journal of Aging Psychology*, 2(2), 103-113.

Miri, N., Maddah, M., & Raghfar, H. (2019). Aging and economic growth [Research]. *Salmand: Iranian Journal of Ageing*, 13(5), 626-637.

Mokhtari, M. H. (2022). The Effect of Spiritual Intelligence on Mental Health: A Study on Female Nurses in Mazandaran's Hospitals. *Jurisprudential - legal studies of woman and family*, 4(8), 57-83.

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.

Naseri, E., & Yazdkhasti, B. (2019). Sociological factors related to the lack of remarriage of widows (case study: sponsored women in Sanandaj). *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 14(1), 31-60.

Negarestani, M., Rashedi, V., Mohamadzadeh, M., & Borhaninejad, V. (2021). Psychological effect of media use on mental health of older adults during the COVID-19 pandemic. *Iranian journal of ageing*, 16(1), 74-85.

Nouri, A., & Farsi, S. (2018). Expectations of institutionalized elderly from their children. *Iranian journal of ageing*, 13(2), 262-279.

Orang, T; Orang, M; & Orang, S. (2020). Elderly and social ethics [Research]. *Ethics in Science and Technology*, 15(3), 1-5.

parvaei, S. (2019). *Working seniors*. Hamshahri

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 2: Do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.

Rajabi, M., Jahanshiri, S., Movahhed, B. K., Qashqaei, A. M., & Bahrami, A. (2017). Quality of life in and its correlates in elderly in Tehran, Iran. *Payesh (Health Monitor)*, 16(4), 531-541.

Ritch S. (2010). "The tell me project... helping to create an age- friendly society." *Working with Older People* 14(3), 4-9.

Roushsndel Arbatani, T. and Jane, S. (2024). New Media Consumption Pattern among Iranian Consumers: An Interpretative Phenomenological Analysis. *Journal of Business Management*.

Saboor, M., Sahaf, R., & Sum, S. (2014). Application of the Internet and its association with loneliness among retired teachers. *Salmand: Iranian Journal of Ageing*, 9(1), 63-72.

Sanaei, M., & Moghimeh, Z. (2014). The relationship between employee happiness and innovation in knowledge-based organizations. *Management of Development and Transformation*, 6(19), 39-46.

Schutz, A; & Luckmann, Th. (1973). *The Structures of the oflifworld*, Trns, Richard M, H. Zaner and Engelhardt, J r. London: Northwestern University Press, 1973.

Shakrinejad, M; Visi Sarchemi, Arslan & Seyed Aghaei Ahmadi, S. Z. (2022). Development of mass communication theories in the new media environment. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 13(2), 71-115.

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.

Tammisalo, 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.

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.

United Nations Population Fund. 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.

Vaziri, E., & Feizabadi, M. (2022). Needs and expectations of the elderly from Iranian Public Libraries: A national survey. *Library and Information Sciences*, 25(1), 193-220.

Wiederhold, B. (2020). "How virtual reality is changing the reality of aging." *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 23(3), 11-16.

Wiest, J. B. (2016). The role of mass media in the transmission of culture. In *Communication and Information Technologies Annual*, 11, 203-219.

Yosefi, S., Esfahani, A., Ahmadi, M., & Nodehi, M. (2024). Presentation of a Model for Media Reputation Development in Event-Centric Sports Organizations with Emphasis on Reception Theory. *Communication Management in Sport Media*.

Zanjari, N., Kalantari Banadaki, S. Z., Sadeghi, R., & Delbari, A. (2024). A futures study of the challenges and drivers of population aging in Iran using the scenario analysis technique. *Iranian journal of ageing*, 19(2), 258-275.

Zarei, M., Ghasemi, H., & Nikbakhsh, R. (2022). Comparative study of recreational sports activities for the elderly in Germany and Iran based on the brady model. *Razi Journal of Medical Sciences [Internet]*, 29(8), 187-198.

Zolfaghri, A., & Soofizad, G. (2013). A Study of Reference Groups of Young Women in Ilam. *Journal of Applied Sociology*, 24(3), 57-70