



## Media Needs of the Elderly: A Phenomenological Study

Betul Soltani<sup>1</sup>, Faezeh Taghipour<sup>2\*</sup>, Maryam Amidi Mazaheri<sup>3</sup>

1- PhD student, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities and Law, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran.

2- Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities and Law, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran.

3- Associate Professor, Department of Health Education, Faculty of Health, Isfahan University of Medical Sciences, Iran.

**Correspond author:** Faezeh Taghipour, Associate Professor, Department of Communication Sciences, Faculty of Humanities and Law, Islamic Azad University, Isfahan Branch (Khorasgan), Isfahan, Iran.

**Email:** [f.taghipour@khuisf.ac.ir](mailto:f.taghipour@khuisf.ac.ir)

Received: 2024/11/2

Accepted: 2024/12/22

### Abstract

**Introduction:** Identifying the media needs of the elderly is essential for effective policymaking and planning to achieve healthy aging. Therefore, this research aims to gain a comprehensive understanding of the media needs of the elderly based on their lived experiences.

**Methods:** The 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.

**Results:** After extracting and classifying the data, seven main themes including imagery, culturalization, representation based on well-being, content creation, communication enhancement, skill enhancement and spirituality enhancement were revealed. These main themes encompassed 22 sub-themes, including environmental, service, supervisory, financial, therapeutic, psychological, reducing generational gaps, acceptance of elderly care homes, self-efficacy, self-care, biography writing, vitality, information enhancement, information exchange, filling leisure time, reflecting challenges, strengthening, improving and facilitating communication, enhancement of skills and spiritual intelligence.

**Conclusions:** The breadth of concepts related to the media needs of the elderly 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:** Need, Media, Aged, Phenomenology.



## نیازهای رسانه‌ای سالمندان: یک مطالعه پدیدارشناسی

بتول سلطانی<sup>۱</sup>، فائزه تقی پور<sup>۲\*</sup>، مریم عمیدی مظاهری<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری، گروه آموزشی علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.
- ۲- دانشیار، گروه آموزشی علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.
- ۳- دانشیار، گروه آموزشی بهداشت، دانشکده بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، ایران.

**نویسنده مسئول:** فائزه تقی پور، دانشیار، گروه آموزشی علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی و حقوق، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

ایمیل: [f.taghipour@khuisf.ac.ir](mailto:f.taghipour@khuisf.ac.ir)

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۸/۱۲

### چکیده

**مقدمه:** شناسایی نیازهای رسانه‌ای سالمندان امری ضروری است تا با توجه به آن، سیاستگذاری و برنامه‌ریزی برای داشتن سالمندی سالم محقق شود. لذا این پژوهش سعی دارد به درک جامعی از نیازهای رسانه‌ای سالمندان بر حسب تجربه زیسته آنها دست یابد.

**روش کار:** از روش پدیدارشناسی با نمونه‌گیری هدفمند، ضمن انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۳۴ سالمند ۶۰ تا ۷۵ سال در شهر اصفهان در سال ۱۴۰۳ استفاده شد و پس از جمع‌آوری داده‌ها، از روش هفت مرحله‌ای تحقیقات کیفی (کولایزی) برای تحلیل استفاده گردید. اعتبار داده‌ها نیز با استفاده از تکنیک‌های تاییدپذیری، اعتمادپذیری و هم‌سوسازی پژوهشگران تایید شد.

**یافته‌ها:** پس از استخراج داده‌ها و طبقه‌بندی آنها، هفت مضمون اصلی تصویرسازی، فرهنگ‌سازی، بازنمایی مبتنی بر بهزیستی، محتواسازی، ارتباط‌افزایی، مهارت‌افزایی و معنویت‌افزایی بدست آمد که مشتمل بر ۲۲ مضمون فرعی محیطی، خدماتی، نظارتی، مالی، درمانی، روانی، کاهش شکاف نسلی، پذیرش سرای سالمندان، خودکارآمدی، خودمراقبتی، نگارش سرگذشت، سرزندگی، اطلاعات‌افزایی، تبادل اطلاعات، پرکردن اوقات فراغت، بازتاب چالش‌ها، تقویت، بهبود و تسهیل ارتباطات، ارتقای مهارت‌ها و هوش معنوی می‌باشد.

**نتیجه‌گیری:** گسترده‌گی مفاهیم مربوط به نیازهای رسانه‌ای سالمندان، گویای ضرورت سیاستگذاری، برنامه‌ریزی و اقدام اصحاب رسانه برای سوق دادن سازمان‌های حکومتی و مردم‌نهاد به سمت برآورد آن نیازها و کمک به سالمندان برای سالمندی سالم است.

**کلیدواژه‌ها:** نیاز، رسانه، سالمند، پدیدارشناسی.

### مقدمه

از سن ۶۰ سالگی است (۱). پیش‌بینی‌های سازمان ملل متحد درباره ایران نشان می‌دهد در سال ۲۰۳۰ درصد جمعیت افراد بیش از ۶۰ سال به ۱۴/۴ درصد و در سال ۲۰۵۰ به ۳۱/۲ درصد و میانه سنی در سال ۲۰۳۰ به ۳۸ سال و در سال ۲۰۵۰ به حدود ۴۵ سال خواهد رسید (۲).

دوره سالمندی متأثر از تضعیف قوای کارکردی و سالمند

برآورد نیازهای سالمندان یکی از راهبردهای تعدیل چالش پدیده سالمندی جمعیت است که کشورها بویژه کشورهای در حال توسعه را در بر گرفته است زیرا می‌تواند سالمندی سالم و در نتیجه جامعه‌ای پویا را سبب شود. سالمندی بر اساس آنچه سازمان بهداشت جهانی تعریف می‌کند، گذر

## بتول سلطانی و همکاران

و همسالان ارتباط برقرار نمایند، امور شغلی را پیگیری و اوقات فراغت خود را پر نمایند، اخبار و اطلاعات بدست آورند و زندگی خود را با خودکارآمدی همراه نمایند (۱۴). از سوی دیگر رسانه‌ها می‌توانند، مشکلات سالمندان را به سطح آورند (۱۵) با متناسب سازی برنامه‌های رسانه‌ای، شهروندان سالخورده و گفتمان سیاست‌های عمومی جامعه را به چالش بکشند (۱۶).

با وجود ظرفیت عظیم رسانه‌ها، به زندگینامه رسانه‌ای این نسل و نقشی که رسانه می‌تواند در رفع نیازهای آنها داشته باشد، کمتر توجه شده است و درک روشنی از نیازهای رسانه‌ای سالمندان وجود ندارد (۱۳). برای برآورد نیازهای رسانه‌ای سالمندان، تدوین چشم‌انداز رسانه‌ای و مقدم بر آن، شناخت نیازهای رسانه‌ای آنها لازم است تا رسانه‌ها با توجه به آن، تولید محتوا و ارائه خدمات نماید.

درک نیازهای رسانه‌ای سالمندان، مستلزم مطالعات عمیق کیفی است. در سال‌های اخیر، موضوع سالمندی، مورد توجه پژوهشگران حوزه‌های مختلف بوده است. علیمندگاری و امامی (۱) در تحقیقی با موضوع برنامه‌سازی رسانه‌ای سالمندان، ۱۰ مقوله شامل زندگی نازیسته، نیازهای مادی و حمایتی، رسالت صدا و سیما، برنامه اثرگذار و مفرح، راهبردهای ساخت برنامه، زمان بندی، برنامه‌سازی برای سالمندان غیربومی، سالمند فعال، جنسیت و سن محوری را استخراج کردند. وزیری و همکاران (۱۷) در بررسی نیازها و انتظارات سالمندان از کتابخانه‌ها، سه مقوله منابع اطلاعاتی، خدمات و برنامه‌ها و تجهیزات و تسهیلات را دسته‌بندی نمودند. برکت و همکاران (۱۳) زیست رسانه‌ای سالمندان در دوره کرونا را ساخته شده از معنایی دانستند که از رسانه در ذهن دارند. چن و همکاران (۱۸) نشان دادند، سواد دیجیتال بر ادراک ریسک، خودکارآمدی، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار سالمندان تأثیر مثبت دارد. کویا‌یاشی و همکاران (۱۹) نشان دادند، با ربات ارتباط بین سالمندان و مردم و امکان تخمین مقصد پیام ایجاد می‌شود و سالمندان می‌توانند از طریق صدا تبادل اطلاعات نمایند. کوسکاس و مدلین (۲۰) در نتایج تحقیقی بیان نمودند، اطلاعات پزشکی و کتابهای رمان و مذهبی از نیازهای سالمندان است، سالمندان منابع چاپی و درشت را ترجیح می‌دهند و کتابهای صوتی را جانشینی برای چاپی می‌دانند و جن و شولز (۲۱) نشان دادند، فناوری می‌تواند ابزاری برای مقابله با انزوای اجتماعی در سالمندان باشد.

در معرض آسیب‌های جسمانی، روانشناختی و محیطی است (۳). بنابراین سالمندی جمعیت دارای تبعات اقتصادی، فرهنگی و سیاسی است و با توسعه، ارتباط دو سویه دارد (۴)، لذا لازم است در جهت سالمندی سالم تلاش شود. برای داشتن سالمندی سالم، توجه به نیازهای سالمندان مهم (۵) و سطوح نیازها بر اساس نظریه مازلو و هرزبرگ قابل تبیین است (۶). از جمله نیازهای سالمندان، نیازهای رسانه‌ای است.

رسانه‌ها، سیستم‌های نشانه‌ای هستند که بر اساس آن نشانه‌ها با مخاطبان ارتباط برقرار می‌کنند، آنان را تشویق به مشارکت اجتماعی می‌نمایند (۷)، فرصت‌هایی را برای تسهیل و تسریع امور در اختیار آنها قرار می‌دهند (۸) سازنده واقعیت‌ها، عادت‌ها و نگرش‌ها (۹) و تأثیرگذار بر مخاطب هستند (۱۰).

چهار نظریه رسانه‌ای استفاده و رضامندی، برجسته‌سازی، چارچوب‌سازی و ماریپیج سکوت‌گویای تأثیر رسانه بر مخاطب می‌باشند و مضمون آنها، این است که مخاطب به دو شکل حضور دارد. مخاطب با توجه به نیازها و انگیزه‌های خود از مجراهای ارتباطی استفاده می‌کند و به تعبیری عاملیت دارد یا اینکه رسانه، عامل برای اقدام می‌باشد. گرچه در رویکرد دوم، اثرات بر مخاطب در سطوح شناختی، نگرشی و رفتاری متفاوت است، اما ایده اصلی اجرای برنامه برای اثرگذاری بر مخاطب می‌باشد. می‌توان گفت چهار نظریه مخاطب محور فوق می‌تواند در خدمت نظریه‌های نیاز قرار گیرند مبنی بر اینکه رسانه دارای ظرفیت برای کیفیت بخشی بر زندگی است (۹). از سوی دیگر مخاطب با توجه به تجارب، باورها و ارزشهای خود، محتوای رسانه را تفسیر و بازتعریف می‌کند و با مصرف کالاها و خدمات از رسانه تأثیرمی‌پذیرد و سبک زندگی خود را شکل می‌دهد (۱۱).

علل مختلفی نظیر تضعیف قوای جسمانی، ناامنی اجتماعی، عدم پذیرش در دنیای واقعی، طردشدگی، از دست دادن دوستان و همراهان، ناتوانی و احساسات مخرب در گرایش سالمندان به استفاده از رسانه تأثیر دارد (۱۲). سالمندان، نسل رسانه‌های چاپی و آنالوگ هستند که وارد فضای رسانه‌ای دیجیتال شدند و تجارب و آگاهی‌هایی را کسب کردند که زیست رسانه‌ای آنها را معنا بخشیده و این زیست بوم رسانه‌ای، نیازهایی را در آنها بوجود آورده است (۱۳). آنان نیاز دارند به کمک رسانه از جریان جامعه عقب‌نمانند، با فرزندان

نتیجه بررسی تحقیقات پیشین، گویای این است که رویکرد پژوهشی غالبی برای بررسی نیازهای سالمندان وجود ندارد. برخی مسائل سالمندان در حیطه جسمی و روانی و تأثیر رسانه بر معدودی از ابعاد زندگی سالمندان توسط پژوهشگران بررسی شده است، اما پژوهشی که نیازهای رسانه ای سالمندان را از دید خودشان بررسی نموده باشد، دیده نشد و خلاً پژوهشی محسوب می شود.

لذا با توجه به ضرورت شناسایی نیازهای رسانه ای سالمندان، نقش راهبردی رسانه در رفع این نیازها و خلاً پژوهشی موجود، این پژوهش به دنبال شناخت نیازهای رسانه ای سالمندان از دید آنان است. نتایج این تحقیق می تواند درک بهتری از نیازهای 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.

## روش کار

پژوهش حاضر یک مطالعه کیفی از نوع پدیدارشناسی است که با هدف شناسایی نیازهای رسانه ای سالمندان با مشارکت ۳۴ سالمند با روش نمونه گیری هدفمند در شهر اصفهان در سال ۱۴۰۳ انجام شد. داده های پژوهش از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته گردآوری و با روش تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفت.

از بین سالمندان، افراد دارای معیارهای ورود به پژوهش شامل سواد خواندن و نوشتن و محدوده سنی ۶۰ تا ۷۵ سال انتخاب شدند و سعی گردید، حداکثر تنوع سنی، جنسی، تحصیلی و اجتماعی و اقتصادی مشارکت کنندگان در نظر گرفته شود. قبل از شروع مصاحبه، علاوه بر ارائه اطلاعات شفاهی، فرم رضایت آگاهانه در اختیار آنان قرار گرفت و امضا شد. سؤالات مصاحبه به صورت باز پاسخ بود، اما پژوهشگر با طرح سؤال توجه مصاحبه شونده را به پدیده مورد نظر جلب می کرد. مصاحبه ها که بین ۴۰ تا ۶۰ دقیقه به طول می انجامید، ضبط و از موارد مهم،

یادداشت برداری می شد. نمونه گیری تا هنگامی که هیچ داده جدیدی در توصیفهای مشارکت کنندگان پدیدار نشد، ادامه یافت. محقق عملیات تحلیل را بعد از اولین مصاحبه و کار کدگذاری و دسته بندی را بعد از دو مصاحبه آغاز نمود. این کار به او کمک کرد تا بتواند، سؤالات دیگر مورد نیاز را طراحی و مسیر مصاحبه ها را هدایت نماید. تحلیل مصاحبه ها با استفاده از الگوی هفت مرحله ای کلایزی ضمن استفاده از برنامه مکس کیودای انجام شد و کد گذاری و استخراج مضامین صورت گرفت. جهت کسب اطمینان از اعتبار کدگذاریها توسط پژوهشگر اول، مقولات نامگذاری شده بوسیله پژوهشگران دوم و سوم مورد بازبینی قرار گرفت. در این پژوهش صحت یافته های کیفی بر اساس ملاک های اعتبار تأییدپذیری، قابلیت اعتماد و قابلیت انتقال مورد بررسی قرار گرفت. یافته های حاصل از مطالعه، طی جلساتی با افراد متخصص به بحث گذاشته شد و در مواردی بخشهایی از متن مصاحبه ها به طور جداگانه توسط آنان تحلیل شد و مورد تأیید قرار گرفت. در این مطالعه سعی شد با حفظ مستندات به تضمین قابلیت تأیید کمک شود. قابلیت اعتماد با انجام بازبینی توسط سالمندان و تحلیل همکاران انجام گردید. برای قابلیت انتقال، پژوهشگر تلاش کرد، توضیحات دقیق و کامل از روند تحقیق ارائه کند و نمونه ها حداکثر تنوع را داشته باشند و در نهایت با کسب اجماع پژوهشگران، مقولات نهایی شکل گرفت.

## 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 خود یا همسرشان بود. پس از طبقه بندی داده ها هفت مضمون اصلی، مشتمل بر ۲۲ مضمون فرعی مبتنی بر ۲۰۰ مفهوم بدست آمد (جدول ۱).

## بتول سلطانی و همکاران

جدول ۱: یافته های مبتنی بر مضامین اصلی و فرعی

مضامین اصلی	مضامین فرعی	مفاهیم
	محیطی شهری	منازل و معابر متناسب، راه هموار بدون پله و سراسیمبی، نصب چراغ سر تقاطع ها، تأسیس خانه سالمندان استاندارد، تأمین، تعمیر و بهینه سازی مسکن، ایجاد ورزشگاه و کتابخانه اختصاصی
	محیطی تفریحی	سینمای ویژه، فضای چند منظوره تفریحی، پارک متناسب، شهر بازی اختصاصی، مکان های تفریحی خاص مانند باغ سالمندان
	محیطی آموزشی فرهنگی	فرهنگ سرا، موسسه آموزشی فرهنگی، مرکز آموزشی یا دانشگاه ویژه، شبکه آموزشی ماهواره ای اختصاصی
تصویر سازی	محیطی درمانی	محل درمان در دسترس، بیمارستان دوستدار سالمند، شهرک و کلینیک سلامت سالمندان، مراکز مشاوره ویژه، شرکت معرفی پرستاری خانگی
	خدماتی	استانداردسازی حمل و نقل، فعال سازی گردشگری، ورزش و خدمت گروههای مردم نهاد، تربیت مراقبان خانگی، تولید البسه آسان پوش، کاهش آلودگی هوا، دریافت مشاوره در مراکز فروش
	نظارتی	نظارت بر زندگی سالمند، خانه های سالمندان، شرکتهای معرفی پرستار خانگی، سازمانهای بیمه گر و تدوین و اجرای قوانین فروش اینترنتی
	مالی	کمک هزینه مالی، افزایش حقوق بازنشستگی، حمایت شغلی، افزایش سن بازنشستگی، استفاده از تجارب سالمندان در سازمانها، بیمه سرمایه
	درمانی	دریافت خدمات درمانی در منزل، پرستاران مجرب، برخورد صبورانه کادر درمان، تبیین اهمیت چکاپ، رایگان خدمات درمانی، آسان سازی استفاده از بیمه تکمیلی، افزایش ظرفیت رشته های سالمند شناسی، متناسب سازی ورزش و تغذیه با شرایط جسمی
	روانی	رعایت اصول روانشناسانه و ایجاد فضای همگون با منزل در خانه سالمندان، دسترسی به تلفن گویای مشاوره، رفع مشکل انزوا و افسردگی، ایجاد انس سالمندان با کودکان، برگزاری برنامه آرامش بخش، تقویت مراقب پذیری، سازگاری با بازنشستگی
	کاهش شکاف نسلی	پذیرش تفاوت های نسلی، آموزش تکنولوژی، شخصیت شناسی، احترام متقابل والد و فرزند، اهمیت دادن به تجارب سالمندان
	پذیرش خانه سالمندان	فرهنگ زیست در خانه سالمندان
	خودکارآمدی	داشتن برنامه روزانه، انجام فعالیتهای شخصی، دریافت خدمات الکترونیکی، ازدواج در صورت تجرد، اولویت یابی در دریافت خدمات
	خودمراقبتی	معرفی شدن تجهیزات کمکی، افزایش سواد سلامت، داشتن برنامه ورزشی و تغذیه سالم
بازنمایی مبتنی بر بهزیستی	زیست نامه نویسی	تشویق ثبت سرگذشت و تجارب زیسته
	سرزندگی	عدم باز نمایی سوگیرانه، بازنمایی تکریم، سرزندگی، فعال بودن و ایفای نقش
تولید محتوا	اطلاعات افزایشی	دریافت اطلاعات برای پیشگیری و درمان، انعکاس تجارب، دانستن قوانین مربوط به حقوق و مزایا، ارائه اخبار، معرفی شرکتهای خدماتی، دریافت پاسخ سوالات
	تبادل اطلاعات	تشویق برای تولید و تبادل محتوا در فضای مجازی
	پر نمودن اوقات فراغت	برنامه های رسانه ای متناسب با علاقه
	بازتاب چالش ها	طرح دغدغه ها و ارائه راه حل
	تقویت اجتماعی	تشویق برای ارتباط فامیلی، عدم جداسازی اجتماعی، تشویق حضور در شبکه های اجتماعی، مشارکت اجتماعی
ارتباط افزایشی	بهبود	داشتن رفتار احترام آمیز و مدبرانه، داشتن توقع منطقی، عدم دخالت در امور فرزندان و فرقی گذاری بین آنها، احترام به حریم خصوصی فرزندان، پرهیز از چشم و هم چشمی و بهانه گیری
	تسهیل	تقویت هوش فرهنگی، آموزش زبان و کار با گوشی همراه
مهارت افزایشی	ارتقای مهارتها	آموزش استفاده از کامپیوتر، استفاده از رسانه، فعالیتهای فرهنگی هنری و سواد رسانه ای
	هوش معنوی افزایشی	تبیین فلسفه خلقت و شیوه های ارتباط با خدا، برنامه های مذهبی و عرفانی، آموزش قرآن، تشویق عضویت در گروه های خیریه، پخش شدن دعا و اذان

بیشترین نیاز رسانه ای سالمندان در این تحقیق، تصویرسازی (جدول ۲).  
برای هدایت جامعه برای ارائه خدمات به سالمند است

جدول ۲: یافته های دربرگیرنده مضمون تصویرسازی

مضامین فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
محیطی شهری	* در اینترنت خواندم در بعضی از کشورها، خانه شخصی سالمندان مجهز به سنسور است، سالن برای ورزش و جلسات کتابخوانی دارند و سر تقاطع ها چراغ است. کاش رسانه می گفت، این کارها را برای سالمندان انجام دهند.
محیطی تفریحی	* دوست دارم یک سینما، فیلم مخصوص سالمندان پخش می کرد، سالن های آن پله نداشت و دکه تغذیه مناسب سالمندان داشت. * در یک کلیپ، مسن ها سرسره بازی می کردند. شیب سرسره ها کم و پرستاری مواظب آنها بود. تلویزیون باید این موارد را نشان دهد.
محیطی آموزشی فرهنگی	* راه فرهنگ سرا که کلاس کامپیوتر می رفتم، دور بود و وقتی در کلاس سوال می کردم، بقیه می خندیدند. رسانه باید بگوید تا فرهنگ سرای ویژه سالمندان ایجاد کنند. * اگر دانشگاه آنلاین برای سالمندان وجود داشت در رشته روان شناسی ثبت نام می کردم.
محیطی درمانی	* در اینترنت خواندم که بیمارستان ... معروف به دوستدار سالمند است، اما وقتی به آنجا رفتم، برخوردشان با من و جوانان فرق نمی کرد. کاش این را به وزارت بهداشت منعکس می کرد. * وقتی زانویم را جراحی کردم، نتوانستم در اینترنت، شرکتی که مجوز وزارت بهداشت داشته باشد و پرستار خانگی معرفی نماید، پیدا کنم. * در شهر هوا آلوده است. وسیله نقلیه مناسب برای سالمندان وجود ندارد و جایی برای امانت گرفتن ویلچر نیست. رسانه باید این موارد را منعکس کند.
خدماتی	* مراقب خانگی با من مثل یک بیمار برخورد می کند. کاش تلویزیون می گفت، سازمانی برای آموزش مراقبان خانگی ایجاد کنند. * نوشته های روی بسته ها در فروشگاهها ریز است و با عینک هم قابل خواندن نیست. رسانه می تواند این موضوع را به اداره استاندارد اطلاع دهد.
نظارتی	* سازمان های بیمه گر سرکشی به سالمندان نمی کنند. پرستاری که در منزل سرم تزریق کرد، مبلغی چند برابر نرخ معمول از من دریافت کرد. اگر خبرنگاران این موارد را گزارش دهند، شاید دولت چاره ای ببیند. * کولری را به صورت اینترنتی خریداری کردم، اما فروشنده کلاهبردار از آب درآمد.
مالی	* حقوق بازنشستگی بسیار کم است و فرصت های شغلی برای سالمندان وجود ندارد. فیلم ها می توانند این واقعیت ها را منعکس کنند.
درمانی	* پرستاری که به منزل من آمد، نتوانست سند بزند، کاش تلویزیون بر لزوم اعزام پرستاران مجرب به منازل سالمندان تأکید می کرد. * چکاپ نمی روم. به پزشک هم به دلیل پوشش ناکافی بیمه برای هزینه های ویزیت و دارو خیلی کم مراجعه می کنم. کاش گزارشگران این مشکل را منعکس میکردند. * انجام ورزش های ماهواره ای درد زانوهایم را تشدید کرد چون متناسب با بیماری من نبود.
روانی	* در فیلم ها باید نشان دهند بودن کودکان با سالمندان، باعث شادی آنها می شود. * فرزندانم برای من مراقبی استخدام کردند، اما حضور غریبه در منزل برایم خوشایند نبود. مراقب به من گفت که غر می زنم و رفت.

بخشی از مفاهیم که سالمندان به عنوان نیاز رسانه ای مطرح نمودند، مربوط به تغییر نگرش نسبت به پدیده هاست که مضمون فرهنگ سازی را در بر می گیرد (جدول ۳).

جدول ۳: یافته های دربرگیرنده مضمون فرهنگ سازی

مضامین فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
کاهش شکاف نسلی	* نوه هایم دوست دارند، لباس های مشابه آنها بپوشم. کاش ویژگی های هر گروه سنی و لزوم پذیرش تفاوت ها در فضای مجازی مورد توجه قرار می گرفت. * نوه هایم حوصله آموزش استفاده از تلگرام به من را ندارند.
پذیرش خانه سالمندان	* به دلیل مهاجرت فرزندانم، مجبور خواهم شد به خانه سالمندان بروم. این باعث اضطراب من شده است.
خودکارآمدی	* فرزندانم پس از فوت همسرم با ازدواج مجدد من مخالفت کردند. کاش فیلم ها مضرات تنهایی را نمایش می دادند. * هنگام عبور من از خیابان، رانندگان خودروها در آخرین لحظه ترمز می کنند. در اتوبوس مسافران برای نشستن به سالمندان جای نمی دهند. سرعت پله های برقی زیاد است و قیل از قرار گرفتن کامل پاهایم روی پله، حرکت می کند. رسانه ها باید این موارد را مطرح کنند.
خودمراقبتی	* 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. * علاقه مند به تماشای برنامه تلویزیونی در مورد فشار خون و مشکلات پروستات هستم.
زیست نامه نویسی	* نوشتن سرگذشت، حس ماندگاری و آرامش به من داد، اما بسیاری از دوستان سالمندم چنین تجربه ای را نداشته اند.

سالمندان نیاز دارند، رسانه نگرش مثبت نسبت به سالمندی بازنمایی کند (جدول ۴).  
در جامعه ایجاد و سرزندگی را به جای سرباری برای آنان

## بتول سلطانی و همکاران

**جدول ۴:** یافته های دربرگیرنده مضمون بازنمایی مبتنی بر بهزیستی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
سرزندگی	* تلویزیون سالمندان را مزاحم و عبوس و خانه سالمندان را غیر واقعی نشان می دهد. * وقتی بعد بازنشستگی، دنبال کار رفتم، به من پیشنهاد پارک نشینی دادند، شاید برای این است که فیلم ها سالمندان را همیشه در پارک بیکار نشان می دهند.

سالمندان به علت داشتن وقت آزاد، نیاز به برنامه های مناسب دارند که رسانه می تواند آنها را تولید کند (جدول ۵).

**جدول ۵:** یافته های دربرگیرنده مضمون محتواسازی

مضامین فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
اطلاعات افزایی	* اطلاعات در مورد دیابت، از تلویزیون بدست آورم، اما در مورد مشکل مئانه، اصطلاحات اینترنت برایم نامفهوم بود. کاش یک شبکه مخصوص سالمندان وجود داشت.
تبادل اطلاعات	* علاقه مندم، تلویزیون تجارب سالمندان را در حل مشکلات نشان دهد. * دوستانم، نمی توانند با مایبل کار کنند تا در ایتما پیام رد و بدل کنیم.
پر نمودن اوقات فراغت	* فیلمهای طنز معنا دار و برنامه های تاریخی و خانوادگی که در آنها غصه نباشد را دوست دارم. * سرعت فیلمها برای من بالاست و قبل از اینکه بتوانم یک جمله را کاملا درک کنم، جمله ی بعدی شروع می شود. * بازی های آنلاین و جدول و معما مناسب سالمندان در اینترنت کم است.
بازتاب چالش ها	* تلویزیون گفت، بیشتر سالمندان مضطرب هستند، اما راهکاری برای حل آن نداد.

ارتباطات اجتماعی سالمندان با بازنشستگی، فوت نزدیکان روابط اجتماعی آنها را ارتقا دهد. (جدول ۶).  
و استقلال فرزندان ضعیف می شود. لذا نیاز دارند، رسانه

**جدول ۶:** یافته های دربرگیرنده مضمون ارتباط افزایی

مضامین فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
تقویت	* تنها خواسته من از فرزندانم، این است که به من سر بزنند. رسانه می تواند افراد را برای رفت و آمد با سالخوردهگان تشویق کند. * می خواستم در آموزشگاه تدریس کنم، اما به دلیل سنم پذیرفته نشدم. کاش رسانه ها به جامعه می گفتند، ما سالمندان را کنار نگذارند.
بهبود	* پسرم انتظار دارد، خانه ام را به نام او بزنم. کاش در مایبل ها می نوشتند، فرزندان توقع بی جا نداشته باشند. * تلویزیون باید یاد دهد، افراد مسن در زندگی فرزندان دخالت و کنجکاوی نکنند، غر نزنند و بین آنها فرق نگذارند.
تسهیل	* با اعضای یک گروه اینترنتی سفر می کنم، اما به دلیل بعضی از رفتارهای اعضای گروه از بودن با آنها لذت نمی برم. * علاقه دارم یک شبکه ای، زبان انگلیسی و عکاسی یاد می داد تا در سفرهای خارجی مشکل نداشته باشم.

یادگیری مربوط به مقطع سنی خاصی نیست. از این رو  
سالمندان نیاز دارند، رسانه زمینه یادگیری مهارتهای مورد

**جدول ۷:** یافته های دربرگیرنده مضمون مهارت افزایی

مضمون فرعی	سخنان مشارکت کنندگان
ارتقای مهارت	* اگر شبکه ماهواره ای کار با کامپیوتر، خیاطی و آرایشگری یاد دهد، فرامی گیرم. * من در باغم کار می کنم. اگر تلویزیون، برنامه ای در مورد باغداری بگذارد، می بینم.

وقتی افراد وارد مرحله پیری می شوند، به علت ضعف جسمانی نمی توانند به محلهای عبادی بروند. بنابراین  
نیاز دارند، رسانه ارائه برنامه با رویکرد معنوی داشته باشد (جدول ۸).

سخنان مشارکت کنندگان

\* برنامه زندگی پس از زندگی و سخنرانی های عرفانی تلویزیون، نگاه مرا به مرگ عوض کرد.  
\* بعضی برنامه های تلویزیون مثل محفل چون دارای شیوه جدید ارائه برنامه قرآنی است، می بینم، اما متأسفانه فقط در ماه رمضان پخش می شود.

بحث

بیانات مصاحبه شوندگان در زمینه نیازهای رسانه ای، منجر به شناسایی هفت مضمون اصلی گردید.

۱. تصویرسازی رسانه ای: پستمن (۲۲) می نویسد: هرگونه قضاوت درباره انگاره جدید، حاصل انگاره قدیم در ذهن است و رسانه تصویرذهنی را آن طور که می خواهد، شکل می دهد. رسانه قادر است، نیازهای سالمندان مبنی بر تصویرسازی محیطی شهری، تفریحی، آموزشی و فرهنگی و درمانی، خدماتی، نظارتی، مالی، درمانی و روانی را با همت سایر نهادها برآورده کند، زیرا مشکل گشایی بحران های سالمندان، میان بخشی است (۲۳) و رسانه می تواند ارتباط بین بخشی را تحقق بخشد.

۱-۱. محیطی: از فضاهای شهری مورد نیاز سالمندان، اقامتگاه (۲۴)، کتابخانه (۱۷) و ورزشگاه (۲۵) می باشد. پیشنهاد سازمان بهداشت جهانی برای برآورد آنها، ایجاد شهر دوستدار سالمند است (۲۶). فضاهای فرهنگی، هنری و تفریحی بویژه پارکها (۲۷) نیز مورد علاقه سالمندان است. رسانه علاوه بر تصویرسازی ضرورت وجود این فضاها، می تواند در قالب فضاهای مجازی به سالمندان خدمات آموزشی فرهنگی ارائه نماید و منجر به توسعه فردی و اجتماعی گردد، زیرا براساس نظریه توسعه فرهنگی، توده ای کردن مصرف کالاهای فرهنگی، اولین گام توسعه است (۲۸). فضاهای درمانی مانند بیمارستان دوستدار سالمند (۲۹)، مراکز مشاوره (۳۰) و مراکز معرفی پرستاران خانگی (۳۱) از مراکز دیگر مورد توجه سالمندان است که به درمان آنان کمک می نمایند. رسانه بر اساس کارکردهای نظارت بر محیط و ایجاد همبستگی اجتماعی در واکنش به محیط که لاسول (۳۲) آن را مطرح می کند، می تواند بر ایجاد امکانات و زیرساختها برای ارائه خدمات به سالمندان تمرکز کند.

۲-۱. خدماتی: از مشکلات سالمندان برای حضور در جامعه، ضعف حمل و نقل است (۳۳) و از علل ابراز نیاز سالمندان برای حمل و نقل مناسب، علاقه به گردشگری نوستالژی است. تحقیق چوپانی نشان می دهد، مشارکت در فعالیت های نوستالژیک، محرکی برای شادی، حس تعلق و

یادآوری خاطرات است که امید به زندگی را در سالمندان تقویت می کند (۳۴) و رسانه علاوه بر تصویرسازی اهمیت حمل و نقل سالمندان، می تواند نقش فزاینده ای در کمک به جنبه های گردشگری شامل اطلاعات، تصمیم گیری و تعامل ایفا کند (۳۵). از دیگر مشکلات آزار دهنده سالمندان، هوای ناسالم است (۳۶) که رسانه جهت انعکاس آن می تواند تصویرسازی داشته باشد. سالمندان علاوه بر محیط بیرونی، نیاز به دریافت خدمات در منزل مانند داشتن مراقبان خانگی و فناوری دارند. لذا رباتهایی طراحی شده است که توانایی مراقبت از سالمندان را دارند مانند ربات توانایی های ذهنی که سرگرمی و زمان مصرف دارو را پیشنهاد می دهد و رباتی که رساندن غذا و دارو، پخت و پز و تمیز کاری خانه را انجام می دهد (۳۷). رسانه با توجه به ظرفیت خود برای کنترل محیط (۳۸) می تواند، گروه های مردم نهاد را نیز برای ارائه خدمات به سالمندان اقناع کند.

۳-۱. نظارتی: جمعیت از نظر فوکو، شرط امکان حکومت است (۳۹). بنابراین نظارت دولت بر زندگی سالمندان و سازمانهای ارائه دهنده خدمات برای رسیدن به سناریوی سالمندی سعادت مند و حکمرانی هوشمندانه ضروری است (۴۰). بویژه نظارت بر بیمه های درمانی (۴۱)، خانه های سالمندان (۴۲) و اپراتورهای اینترنتی (۴۳) که از نیازهای رسانه ای سالمندان در این تحقیق است. رسانه می تواند علاوه بر تصویرسازی ضرورت نظارت دولت، با توجه به کارکرد نظارتی خود، شفافیت بخشی داشته باشد.

۴-۱. مالی: تنگنای اقتصادی، سالمندان را در معرض فشار روانی قرار می دهد (۴۱) و باعث افزایش سالمندان کار می شود (۴۴). حال آنکه بیمه های اجتماعی می توانند در کاهش فقر نقش داشته باشند (۴۵). رسانه از طریق ارائه اطلاعات و تغییر رفتار اقتصادی، ضمن توجه به عنصر تکرار برای اقناع، می تواند تغییر پذیری ایجاد کند (۳۸) و بهبود مالی سالمندان را سبب شود.

۵-۱. درمانی: از نیازهای سالمندان که با تغییرات اجتماعی دستخوش تغییر شده، دریافت خدمات درمانی در منزل، حمایت بیمه ای (۲۳)، آموزش کادر درمان و مربیان ورزش، پذیرش و بکارگیری رشته های مرتبط با سالمندی (۴۶) و



## بتول سلطانی و همکاران

۲-۴. خودمراقبتی: سالمندان برای خودمراقبتی به عنوان یک استراتژی برای تطابق با رویدادهای زندگی، به ورزش، تغذیه سالم و وسایل کمکی مانند دستگاه سنجش فشار خون (۵۸) و سواد سلامت (۵۹) دارند و رسانه با آگاهی دهی می تواند، فرهنگ مراقبت از خود را به عنوان یک ارزش نهادینه کند.

۲-۵. زیست نامه نویسی: تجارب سالمندان گنجینه ای از وقایع است که می تواند، اطلاعات تاریخی، اجتماعی و اقتصادی را در اختیار جامعه قرار دهد و احساس ماندگاری را در سالمندان تقویت نماید (۴۴)، اما این فرهنگ بر جامعه سالمندان ایرانی حاکم نیست. لذا نهادینه کردن آن، از نیازهای سالمندان است که رسانه براساس کارکرد فرهنگ سازی می تواند آن را محقق کند.

۳. بازنمایی مبتنی بر بهزیستی: تصورات کلیشه ای نسبت به سالمندان مبنی بر ناسالمی و سرباری ناشی از نگرشی است که به صورت ناخواسته ترویج می شود. این نگرش را رسانه در قالب تبعیض سنی و جنسیتی شکل می دهد که نوعی بازنمایی است. حال آنکه رسانه می تواند، بازنمایی غیرسوگرایانه داشته باشد و نقش سرعت بخشی برای رسیدن سالمند به بهزیستی و سرزندگی ایفا نماید (۶۰).

۴. محتوا سازی: رسانه می تواند با ارائه محتوا به شیوه جذاب، اطلاعاتی را در اختیار سالمندان قرار دهد، دغدغه های آنان و راههای برون رفت از آن را طرح نماید و با برنامه هایی مثل فیلم و بازی مجازی، اوقات فراغت آنان را پر کند (۶۱). البته سالمندان برای استفاده از اینترنت به علت شکاف دیجیتال نقره ای ناشی از عدم سواد دیجیتال و زبان انگلیسی اکراه دارند که رسانه می تواند با آموزش، این شکاف را تعدیل نماید (۶۱).

۵. ارتباط افزایشی: تعاملات اجتماعی بر کیفیت زندگی تأثیر دارد و آسیب پذیرترین سالمندان، کسانی هستند که تنها زندگی می کنند (۴۱). برای ارتباط افزایشی، شبکه های اجتماعی نقش دارند، اما با ضعیف شدن آنها بویژه خانواده، استفاده از شبکه های مجازی راه میانبری برای بیرون نیتادن سالمند از چرخه حیات اجتماعی است (۱۴). برای پذیرش افراد در شبکه های اجتماعی، رفتار آگاهانه مهم است. بر اساس نظریه اریک برن شخصیت انسان متشکل از سه جنبه والد، بالغ، و کودک است و وقتی متعادل دانسته می شود که فرد بتواند با توجه به موقعیت عمل نماید (۶۲). لذا تبیین این نظریه برای افراد از طریق رسانه، می

تنوع غذایی به کمک شبکه های مجازی (۴۷) است که نیازهای رسانه ای سالمندان با آنها همسو می باشد.

۱-۶. روانی: عواملی مانند سندرم بازنشستگی، بهداشت روانی سالمندان را در معرض خطر قرار می دهد (۴۸). برای ایجاد بهداشت روانی سالمندان، نیاز به استفاده از تکنیکهای روانشناسی (۴۹) همچون همزیستی سالمندان با کودکان است و برای به کار بردن این تکنیکها، ایجاد مراکز تخصصی مشاوره آنلاین سالمندان و کمک رسانه لازم می باشد، زیرا ارتباط تنگاتنگی بین رسانه با سلامت روان وجود دارد (۵۰).

۲. فرهنگ سازی: رسانه های جمعی، هویت سازان قدرتمندی هستند که داده های محیطی را جمع آوری و تحلیل می کنند، گفتمان عصر خود را شکل می دهند و انتقال دهنده های پیامهای فرهنگی و شکل دهنده فرهنگ هستند (۵۱)، بنابراین می توانند شیوه زندگی سالمندان را تحت تأثیر قرار دهند.

۱-۲. کاهش شکاف نسلی: شکاف نسلی از آن رو نگران کننده است که بحران هویتی عمیقی بوجود می آورد و منجر به تعارض والد و فرزند می شود (۵۲). برای کاهش شکاف نسلی، برنامه های یادگیری رسانه ای نقش دارد، زیرا باعث آشنایی با ویژگی های دوره های زندگی می شود و تجارب سالمندان را انعکاس می دهد تا سهم ارزشمندی در تاریخ اجتماع داشته باشند (۵۳).

۲-۲. پذیرش خانه سالمند: سالمندان مقیم خانه سالمندان نسبت به سالمندان مقیم خانه، کیفیت زندگی پایین تری دارند، اما به دلیل مجزا محوری خانواده، مهاجرت فرزندان و رشد جمعیت سالمندان، ناچار به زیست در خانه سالمندان هستند (۵۲)، لذا نیاز دارند، رسانه با فرهنگ سازی برای داشتن سرای سالمندی استاندارد، پذیرش خانه سالمندان را برای آنها هموار کند.

۳-۲. خودکارآمدی: سالمندان نیاز به توانایی نقش پذیری دارند که از آن تعبیر به خودکارآمدی می شود (۵۴) و برای دست یابی به آن، استفاده از فناوری ضروری است. مشایدی و همکاران نشان دادند، کمک ربات می تواند به عنوان یک راه حل برای افزایش رفاه بیماران درگیر با آزیمر باشد (۵۵) از عوامل دیگری منجر به افزایش خودکارآمدی، ازدواج مجدد سالمندانی است که همسر از دست داده اند (۵۶)، طراحی سامانه نوبت دهی ویژه سالمندان (۵۷) و بکارگیری مداخلات آموزشی (۵۸) با برنامه سازی رسانه ای است.

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، نیازهای سالمندان که مورد شناسایی علمی قرار گرفته است را برآورده نمود و به زندگی آنان کیفیت بخشید و سالمند را به عنوان یک منبع نیروی انسانی سرزنده و کارآمد بازنمایی نمود.

یافته‌های این تحقیق، انعکاسی روشن از گستردگی نیازهای رسانه ای سالمندان است که حاصل ۲۰۰ مفهوم می باشد. 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 به صورت مجزا توسط پژوهشگران مورد تحقیق و بررسی 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 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 استفاده از رسانه به سالمندان مورد تشویق قرار گیرند و پلتفرم هایی ویژه سالمندان طراحی شود تا سالمندان بر اساس نیاز، ظرفیت، توانایی و علاقه، محتوا دریافت نمایند. بنابراین نتایج این تحقیق، دانشی را در اختیار اصحاب رسانه قرار می دهد تا با توجه به آن، پاسخگوی نیازهای سالمندان باشند و آنان را در زیست بوم رسانه ای، برای گذر سالم از دوره سوم زندگی یاری نمایند، حاکمیت را به سوی سیاستگذاری و برنامه ریزی هدایت کنند و جامعه را به کنش وادارند.

### سپاسگزاری

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

### ملاحظات اخلاقی

به منظور 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،

تواند عامل بهبود روابط باشد. همچنین سالمندان برای تسهیل برقراری روابط، نیاز به مهارت زبان انگلیسی، کار با گوشی همراه (۶۳) و هوش فرهنگی (۶۴) دارند. رسانه می تواند با ارائه آموزش، این مهارتها را ایجاد کند.

۶. مهارت افزایشی: از مهارتهای مورد نیاز سالمندان، سواد دیجیتال (۶۵) و فعالیتهای فرهنگی هنری (۴۱) است که با آموزش بویژه اگر بر اساس یک شبکه اجتماعی شامل چندین برنامه با ناوبری خطی باشد، افزایش می یابد (۲).  
۷. معنویت افزایشی: رسانه با ارائه برنامه های معنوی محور بر هوش معنوی سالمندان می افزاید و هوش معنوی بر بهبود علائم جسمانی، اضطرابی و افسردگی و کارکرد اجتماعی تأثیرگذار است (۶۶).

### نتیجه گیری

سالمندی، پدیده غامضی است که تحت تأثیر مجموعه ای از عوامل به هم پیوسته مانند زیرساخت های شهری، فرهنگ جامعه، امور پیشگیری و درمان و ارائه خدمات اجتماعی و آموزشی قرار دارد که نیازهای سالمندان بر اساس آنها شکل می گیرد و رسانه ابزار قدرتمندی است که با درک نیازهای سالمندان مبتنی بر کارکردهای خود، می تواند با ارائه محتوا و خدمات، زندگی سالمندان را تحت تأثیر قرار دهد.

در این تحقیق نیازهای رسانه ای سالمندان از دیدگاه آنان دسته بندی شد. توجه به این نیازها از سوی رسانه می تواند مشکلات زیرساختی محیطی، خدماتی، نظارتی، مالی، درمانی، و روانی سالمندان را به تصویر بکشد، ضمن ایجاد منظر رسانه ای با شیوه اقناع سازی، ارزش های فرهنگی را به سمت و سوی بهزیستی سالمندان سوق دهد تا شکاف نسلی تعدیل شود، پذیرش سرای سالمندان ایجاد گردد، خودکارآمدی و خود مراقبتی محقق و فعال بودن جایگزین بار بودن گردد.

از جمله نیازهای سالمندان، داشتن ارتباطات اجتماعی، کسب آگاهی، مهارت و معنویت است که رسانه می تواند با ایجاد زنجیرهایی از تعاملات عمیق و غیرحضوری در قالب شبکه های اجتماعی، دنیای ارتباطی جدیدی را برای سالمندان ایجاد کند، واقعتهای دنیای بیرونی را شبیه سازی نماید، با تکیه بر دانش ضمنی سالمندان و به اشتراک گذاشتن افکار و تجربیات بر دانش صریح و مهارت آنها بیفزاید و معنویت گرایی سالمندان را فزونی بخشد.

## تعارض منافع

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

می‌توانند 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.

## References

1. Alimondegari M, Adeleh E. Media programming for the elderly: a qualitative study in Yazd city. *Social and Cultural Strategy*. 2023;3(12):859-98.
2. Cañtilla D, Botella C, Miralles I, Bretón-López J, Dragomir-Davis AM, Zaragoza I, et al. 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*. 2018;118:24-37. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2018.05.009>
3. Aspinall R, Lang PO. Interventions to restore appropriate immune function in the elderly. *Immunity & Ageing*. 2018;15:1-8. <https://doi.org/10.1186/s12979-017-0111-6>
4. Ahadi MR, Eyvazi MR. Population aging; A challenge for the national security of the Islamic Republic of Iran in the next two decades. *Strategy*. 2021;29(3):63-102.
5. Shariat F, Moradi F, Ghahramani R. Study of social, cultural, economic, well-being, and urban structure needs of Tehran seniors association members. *Iranian Journal of Ageing*. 2015;10(3):8-25.
6. Shams AH. Need to firmness: A hint as to theory. *Journal of Management and Development Process*, [online]. 2019; 32(3): 139-64. <https://doi.org/10.29252/jmdp.32.3.139>
7. Danesi M. Understanding media semiotics. Tehran: Scientific and Cultural; 2018. 380 p. <https://doi.org/10.5040/9781350064201>
8. Ghafoori A, Salehi K. Adults lived experience of opportunities and threats of cyberspace: a qualitative study. *Journal of Culture-Communication Studies*. 2020; 21(51): 7-38.
9. Shakerinejad M, Veisi Sarchami A. Development of mass communication theories in the new media environment. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*. 2024;13(2):71-115.
10. Wiederhold BK. How virtual reality is changing the reality of aging. Mary Ann Liebert, Inc., publishers 140 Huguenot Street, 3rd Floor New ...; 2020. p. 141-2. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.29176.bkw>
11. Mehdizadeh SM. Media theories common thoughts and critical views Hamshahri; 2024.
12. Moslehi M, Naeimi E, Vahedi M. Analysis of mental health in cyberspace elderly users. *Counseling Culture and Psychotherapy*. 2021;12(47):97-122.
13. Barekat M, Chelengar Z, Mohebbi N. A phenomenological study of elderly biomedica during the coronavirus: A case study of analog media generation of smartphone. *Journal of Iranian Cultural Research*. 2021;14(2):125-51.
14. Alavi L, Rahnama F. Investigating the Experience of the Elderly on Social Media Using Thematic Analysis Approach. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*. 2023;6(19):70-43.
15. Ghafoor F, Naz MA. Expectations and challenges of institutionalized and noninstitutionalized elderly in Pakistan: a phenomenological study. *Working with Older People*. 2024;28(2):170-84. <https://doi.org/10.1108/WWOP-05-2023-0019>
16. Khaleghi Mohammadi H, Babran S. Media's role in changing the lifestyle of the elderly people. *Journal of Culture-Communication Studies*. 2021;22(56):57-74.
17. Vaziri E, Feizabadi M. Needs and expectations of the elderly from Iranian public libraries: A national survey. *Library and Information Sciences*. 2022;25(1):193-220.
18. Chen L, Jia J, Xiao M, Wu C, Zhang L. A study on the influence of digital literacy on elderly user's intention to identify social media false information. *The Electronic Library*. 2024. <https://doi.org/10.1108/EL-10-2023-0257>
19. Kobayashi T, Miyazaki T, Uchida R, Tanaka H, Arai K. Social media agency robot for elderly people. *Journal of Information Processing*. 2018;26:736-46. <https://doi.org/10.2197/ipsjip.26.736>
20. Kuscus M, Fombad MC. Exploring the informational and recreational needs of the elderly: library users in temperance town, South Africa. *Library Philosophy & Practice*. 2017.
21. Chen Y-RR, Schulz PJ. The effect of information communication technology interventions on reducing social isolation in the elderly: a systematic review. *Journal of Medical Internet Research*. 2016;18(1):e4596.

- <https://doi.org/10.2196/jmir.4596>
22. Poštman N. Living in luxury, dying in luxury. Tehran: Atelaat; 2018.
  23. Naemani F, Zali ME, Fayaz Bakhsh A. Investigation of common diseases among the elderly receiving medical and care services at home: Based on ICD10 classification. Journal of Medical Council of Iran. 2022;40(3):229-30.
  24. Olfat M, Zarghami E. Evaluation of desirable indicators related to elderly living spaces. Journal of Sustainable Architecture and Urban Design. 2020;7(2):1-22.
  25. Jamshidi O, Doostipasha M, Razavi SMH, Gudarzi M. Adjustment of optimal sports site selection criteria for elderly using analytical hierarchy process and geographic information system. Iranian Journal of Ageing. 2018;12(4):506-17. <https://doi.org/10.21859/sija.12.4.506>
  26. Rezvani Khaledi F, Abdolrahim P. Alternative futures of population aging phenomenon in Iran using stratified causal analysis. National Defense Strategic Management Studies. 2019;12(3):373-404.
  27. Moghimi N, Momeni K. Investigating and evaluating the efficiency of urban spaces in the needs of the elderly with an emphasis on urban parks. Journal of New Attitudes in Human Geography, Eleventh year, The third number, Summer. 2019;11(3 ):397-414.
  28. Baghir Pour Naji M, Hashemikhah Z, Afshani S. The elderly, the neglected of the cultural atmosphere of the city. Journal of Social Work Research. 2020;7(25):1-29.
  29. Kyani F, Mahmoudi Farahani M, Hajinabi K. Designing a comprehensive model of elderly-friendly hospitals in Iran. Journal of Complementary Medicine Research. 2021;12(4):59-67. <https://doi.org/10.5455/jcmr.2021.12.04.09>
  30. Kermanshahi F, Zare Bahramabadi M, Heidari H, Davoodi H. Effect of a psychological empowerment program on life satisfaction and attitudes towards aging in older women living in Tehran, Iran. Journal of Arak University of Medical Sciences. 2022;25(2):258-69. <https://doi.org/10.32598/jams.25.2.6763.1>
  31. Choy KLT, Siu KYP, Ho TSG, Wu C, Lam HY, Tang V, et al. An intelligent case-based knowledge management system for quality improvement in nursing homes. VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems. 2018;48(1):103-21. <https://doi.org/10.1108/VJKMS-01-2017-0001>
  32. Lasswell HD. The structure and function of communication in society. The Communication of Ideas. 1948;37(1):136-9.
  33. Ressideh B, Marsoosi N, Taleshi M, Moosa Kazemi SM. The application of the elderly-friendly city approach in urban transportation planning (case study: Mashhad Metropolis). Physical Social Planning. 2023;10(3):85-100.
  34. Chopani Joibari r. Nostalgic tourist attractions from the perspective of the elderly. The Fourth International Conference on Management, Tourism and Technology; Tehran; 2022.
  35. Liu X, Mehraliyev F, Liu C, Schuckert M. The roles of social media in tourists' choices of travel components. Tourist Studies. 2020;20(1):27-48. <https://doi.org/10.1177/1468797619873107>
  36. Jafarian S, Aghalari Z. Evaluating the knowledge and attitude of air pollution control in Tehran from the elderly and pregnant Women. Irtiqa Imini Pishgiri Masdumiyat. 2018;6(2):73-80.
  37. Coghlan S. Robots and the possibility of humanistic care. International Journal of Social Robotics. 2022;14(10):2095-108. <https://doi.org/10.1007/s12369-021-00804-7>
  38. Parvizian F, Erfani A, Abounoori E. The role of the media in shaping dynamic economic expectations and asset markets. Journal of Econometric Modelling. 2020;5(1):11-36.
  39. Nash K SA. Guide to Political Sociology. Tehran: Research School of Strategic Studies; 2014.
  40. Zanjari N, Kalantari Banadaki SZ, Sadeghi R, Delbari A. A futures study of the challenges and drivers of population aging in Iran using the scenario analysis technique. Iranian Journal of Ageing. 2024;19(2):258-75. <https://doi.org/10.32598/sija.2023.3692.1>
  41. Rajabi M, Jahanshiri S, Movahhed BK, Qashqaei AM, Bahrami A. Quality of life in and its correlates in elderly in Tehran, Iran. Payesh (Health Monitor). 2017;16(4):531-41.
  42. Angelis J, Jordahl H. Merciful yet effective elderly care performance management practices. Measuring Business Excellence. 2015;19(1):61-9. <https://doi.org/10.1108/MBE-11-2014-0046>
  43. Ku EC. Beyond price: how does trust encourage online group's buying intention? Internet Research. 2012;22(5):569-90. <https://doi.org/10.1108/10662241211271554>
  44. parvaei S. Working seniors. Tehran: Hamshahri; 2019.
  45. Tohidi Far S, Motalebi M. Examining the attitude of post-revolution governments in real social security. Political and International Studies. 2022;13(51):179-202.
  46. Zarei M, Ghasemi H, Nikbakhsh R. Comparative

- study of recreational sports activities for the elderly in Germany and Iran based on the brady model. *Razi Journal of Medical Sciences [Internet]*. 2022;29(8):187-98.
47. Teerakapibal S, Melanthiou Y. The new helping the old: Social media as a facilitator for variety seeking in food choices of the grey population. *British Food Journal*. 2020;122(1):272-90. <https://doi.org/10.1108/BFJ-08-2018-0559>
  48. Mardani Chamazkoti F, Ajam Zibad H, Sadeghmoghadam L. The effect of psychosocial self-care education on retirement syndrome in educators: A quasi-experimental study. *Iranian Journal of Ageing*. 2022;17(1):16-27. <https://doi.org/10.32598/sija.2021.972.3>
  49. Hajiazizi AH, Bahmani B, Mahdi N, Manzari Tavakoli V, Barshan A. Effectiveness of group logotherapy on death anxiety and life expectancy of the elderly living in boarding houses in Kerman. *Iranian Journal of Ageing*. 2017;12(2):220-31. <https://doi.org/10.21859/sija-1202220>
  50. Negarestani M, Rashedi V, Mohamadzadeh M, Borhaninejad V. Psychological effect of media use on mental health of older adults during the COVID-19 pandemic. *Iranian Journal of Ageing*. 2021;16(1):74-85. <https://doi.org/10.32598/sija.16.1.1116.6>
  51. Wiest JB. The role of mass media in the transmission of culture. *Communication and Information Technologies Annual*. 11: Emerald Group Publishing Limited; 2016. p. 203. <https://doi.org/10.1108/S2050-20602016000011019>
  52. Maghsoudi A, Koohshoorinia Y, Hoseini M, Karami P, Atbaee M, Bahadori Z, et al. Comparison of quality of life among elderly people living in homes and nursing homes in Lar. *Sadra Medical Journal*. 2017;5(3):119-29.
  53. Ritch S. The tell me project... helping to create an age-friendly society. *Working with Older People*. 2010;14(3):4-9. <https://doi.org/10.5042/wwop.2010.0450>
  54. Naseh L, Shaikhy R, Rafiei H. General self-efficacy and associated factors among elderly residents of nursing home. *Journal of Holistic Nursing and Midwifery*. 2016;26(2):70-90.
  55. Moshayedi AJ, Uddin NMI, Zhang X, Andani ME. Exploring the role of robotics in Alzheimer's disease care: innovative methods and applications. *Robotic Intelligence and Automation*. 2023;43(6):669-90. <https://doi.org/10.1108/RIA-04-2023-0045>
  56. Naseri E, Yazdkhašti B. Sociological factors related to the lack of remarriage of widows (case study: sponsored women in Sanandaj). *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*. 2019;14(1):31-60.
  57. Tajvar M, Torabi M, Dargahi H, Atashbahar O, Sajadi HS. Assessing the Isfahan hospitals based on the World Health Organization's age-friendly hospital model: A mixed method study. *Iranian Journal of Ageing*. 2023;18(2):234-51. <https://doi.org/10.32598/sija.2023.3536.1>
  58. Nachiappan N, Ward S, Chockalingam N, Chambers R. Can simple household assistive products enhance the self-care of health and well-being? *Journal of Integrated Care*. 2023;31(2):132-45. <https://doi.org/10.1108/JICA-08-2022-0043>
  59. Kawafha M, Alsaqer K, Al-Maghaireh Da, Shiyyab H, Al Kofahi A, Saleh M. The association between health literacy and self-care of hypertension among older adults in five regions in Jordan. *Working with Older People*. 2024;ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/WWOP-06-2024-0029>
  60. Zanjari N, Fadayevatan R, Aghaei A. Representation of the elderly portray in Iranian cinema during the last 3 decades (1989-2018). *Journal of Gerontology*. 2021;6(3):53-64.
  61. Hosseini F-a, Khodabakhshi-Kolae A, Taghvaei D. Effectiveness of group film therapy on happiness and quality of life among elderly adults of Kahrizak nursing home. *Journal of Health Literacy*. 2016;1(2):109-17.
  62. Ajang Y, Mahmoodi M, Hassanabadi M. Analyzing Eric Berne's theory of transactional analysis on the. *Journal of Lyrical Literature Researches*. 2024;22(42):25-46.
  63. Basakha M, Mohaqeqi Kamal SH, Pashazadeh H. Acceptance of information and communication technology by the elderly people living in Tehran. *Iranian Journal of Ageing*. 2019;13(5):550-63. <https://doi.org/10.32598/SIJA.13.Special-Issue.550>
  64. Donzbakh W. *International encyclopedia of communication*. Tehran: Imam Sadeq University; 2023.
  65. Zolbin MG, Huvila I, Nikou S. Health literacy, health literacy interventions and decision-making: a systematic literature review. *Journal of Documentation*. 2022;78(7):405-28. <https://doi.org/10.1108/JD-01-2022-0004>
  66. Mokhtari MH. The effect of spiritual intelligence on mental health: A study on female nurses in Mazandaran's Hospitals. *Jurisprudential-legal studies of woman and family*. 2022;4(8):57-83.