

بررسی میزان استفاده و رضایتمندی سالمندان از رسانه‌ها^۱

عباس شیبانی مقدم

کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

abbas.sheibanii@yahoo.com

چکیده

«رسانه و سالمندی» از موضوعاتی است که در ایران مورد غفلت قرار گرفته است و با توجه به اینکه ۱۰٪ شهروندان ایرانی را سالمندان تشکیل می‌دهند بازهم رسانه‌ها به آن بی تفاوت هستند و تصور نمی‌کنند که باید برای این قشر از شهروندان نیز تولید برنامه یا رسانه اختصاصی داشت. هدف این مقاله بررسی میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها است برای این بررسی از روش توصیفی - مقطعی با استفاده از پرسشنامه استفاده شده و جامعه آماری این پژوهش آسایشگاه سالمندان ابراهیم آباد اراک با ۱۲۱ نفر انتخاب شده است که تمام شماری مد نظر بوده اما از این تعداد فقط ۶۵ پرسشنامه کامل شده و مابقی به علت فوتی و بیماری همکاری نکرده‌اند. روایی این اطلاعات بر اساس آلفای کرونباخ ۰,۷۱ شد که تایید کننده روایی این آمار بوده است. مشاهدات و یافته‌ها نشان دهنده آن است که در این آسایشگاه فقط تلویزیون وجود دارد که در ساعاتی خاص روشن می‌شود و رسانه‌های دیگر نزدیکی نفر وجود دارد. لذا یافته‌های این پژوهش فقط در مورد سیمای جمهوری اسلامی ایران صادق است. برای اندازه‌گیری رضایت سالمندان از هشت گویه استفاده شده است که بدترین حالت گویه تشویق به ورزش بوده که رضایت خیلی کمی را نشان داده است و برنامه‌های مفرح در بالاترین حد بوده که بازهم در وضعیت نرمال است که با حذف گویه متوسط دچار چولگی منفی می‌گردد. بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رضایت سالمندان در طیف ۵ درجه ای لیکرت؛ امید به زندگی ۲,۳۷ فراموشی سختی‌ها ۲,۶۳ فرار از خود ۲,۴۵ شادی و نشاط ۲,۶۸ تشویق به ورزش ۱,۵۵ ارتباط با دیگران ۲,۵۵ مشارکت ۲,۴۴ خبرهای خوب ۲,۳۲ بوده است که هیچکدام دارای چولگی مثبت یعنی نزدیک به ۵ نیستند و تمامی به ۲,۵ نزدیک است که اگر گویه متوسط یا بی‌نظر حذف شود تماماً دارای چولگی منفی خواهند شد و در مجموع میانگین رضایت از رسانه‌ها ۲,۳۷ از ۵ است که نشان دهند رد فرضیه توصیفی این تحقیق تحت عنوان «سالمندان از برنامه‌های رسانه‌ها رضایت دارند» است.

واژه‌های کلیدی: سالمندان، رسانه، رضایتمندی، تلویزیون، امید به زندگی، مشارکت

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۳۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۹

^۱ این مقاله برگرفته از پایان نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات گرایش مطالعات فرهنگی با عنوان «بررسی میزان استفاده و رضایتمندی سالمندان از رسانه‌ها (مطالعه موردی آسایشگاه ابراهیم آباد اراک)» بوده که در دانشگاه آزاد واحد اراک با پژوهشگری عباس شیبانی مقدم و استاد راهنما دکتر ویدا نصرتی به رشته تحریر در آمده است.

مقدمه

«رسانه و سالمندی» از موضوعاتی است که در ایران مورد غفلت قرار گرفته است و با توجه به اینکه ۱۰٪ شهروندان ایرانی را سالمندان تشکیل می‌دهند بازهم رسانه‌ها به آن بی تفاوت هستند و تصور نمی‌کنند که باید برای این قشر از شهروندان نیز تولید برنامه یا رسانه اختصاصی داشت.

سالمندی دارای ویژگی‌های خاص خود است که کمتر در ایران به آن پرداخته شده است که این امر در حوزه رسانه به طور کلی نادیده گرفته شده است. به عبارت دیگر سالمندان دارای نیازهای ۱- اطلاعاتی ۲- آموزشی ۳- تفریحی هستند که با بقیه شهروندان متفاوت می‌باشد اما رسانه‌ها در این حوزه در ظاهر کوتاهی می‌نمایند و خواسته‌های شهروندان سالمند را نادیده می‌گیرند.

برای اثبات این ادعا نیاز به بررسی و نظر سنجی از سالمندان می‌باشد لذا برای این موضوع مطالعه موردی آسایشگاه سالمندان ابراهیم آباد در نظر گرفته شده است تا مشخص شود چه مقدار از نیازهای سپهر رسانه‌ای سالمندان توسط رسانه‌ها تامین و تا چه میزان سالمندان از این رسانه‌ها رضایتمندی دارند.

بیان مسأله

بر اساس آمار بهار ۱۳۹۷ سازمان بهزیستی تعداد ۷,۳ میلیون نفر سالمند در ایران وجود دارد که از این تعداد ۳,۷ میلیون زن و ۳,۶ میلیون مرد وجود دارد که این تعداد ۹,۳٪ جمعیت کل کشور محسوب می‌شود.

در جوامع سنتی سالمندان به عنوان افرادی صاحب نظر و با تجربه در کلیه ابعاد اقتصادی اجتماعی حیات جامعه حضور داشتند. اضمحلال خانواده گسترده از یک سو و شهری و صنعتی شدن و تغییرات سریع جوامع معاصر از سوی دیگر، پایگاه اجتماعی سالمندان را دگرگون ساخته و در حالی که جمعیت آنان به بیشترین حد خود در طول تاریخ می‌رسد، اقتدار و اعتبار و منزلت آنان به کمترین حد خود در طول تاریخ رسیده است (احمدی ۱۳۷۹: ۲۴۴ به نقل از ریاحی ۱۳۸۷) در جوامع سنتی سالمندان تا زمانی که توانایی انجام کار دارند، به فعالیت خود ادامه می‌دهند این در حالی است که در جوامع معاصر افراد مجبورند در سن خاصی بازنشسته شوند و این امر علاوه بر تأثیرگذاری بر درآمد آنها، موجب جدایی و کاهش ارتباطات سالمندان با اعضای دیگر جامعه می‌شود. (باسخا، ۱۳۹۸: ۵۶۰) و در نتیجه این تعداد شهروند نیازهای خاصی دارند که با نیازهای معمول جامعه متفاوت است که در جوامع امروزی نهادهای مختلف باید در حمایت از سالمندان ایفای نقش نمایند.

در این بین نهاد رسانه یکی از موثرترین نهادهایی است که دارای نقش زیادی در بهبود وضعیت سالمندان در جهان می‌باشد. اما نگاهی سطحی به رسانه‌های همگانی ایران حکایت از آن دارد که هیچ برنامه یا مطلب خاصی برای سالمندان بصورت مستمر ساخته و منتشر نشده است. به عبارت دیگر بر اثر تحلیل رفتن قوای جسمانی و ذهنی سالمندان تنوع و کثرت مسایل در سالمندان امری کاملاً طبیعی به نظر می‌رسد. از این رو شاید هیچ دوره‌ای از زندگی مانند سالخورده‌گی پر مساله و نگران کننده نباشد. به همین دلیل سالمندان برای سالم زیستن به شرایط محیطی خاصی نیاز دارند.

نقش رسانه‌ها در ایجاد شرایط محیطی برای سالمندان به دو دسته تقسیم می‌شود. ۱- شرایطی که رسانه‌ها مستقیماً در آن نقش دارند مانند: امید به زندگی، فراموشی سختی‌ها، فرار از خود، سرگرمی و تفریح، تشویق به ورزش، ارتباط موثر با دیگران، حس مشارکت، کسب خبرهای خوب، آموزش رژیم تغذیه و غیره و ۲- شرایطی که رسانه‌ها واسطه در تحقق ایجاد شرایط محیطی مناسب هستند مانند: کمک به پیگیری ایجاد مهد سالمندان، خانه‌های محله سالمندان، مراکز درمانی سالمندان، مراکز ایجاد اشتغال مناسب، تامین سرپناه، پوشاک و تغذیه و غیره مواردی است که با پیگیری رسانه‌ها محقق خواهد شد.

در این مقاله تحقیقی در صدد آن هستیم که به بخش اول وظایف رسانه‌ها که همانا حضور مستقیم در امور؛ امید به زندگی، فراموشی سختی‌ها، فرار از خود، سرگرمی تفریح، تشویق به ورزش، ارتباط موثر با دیگران، حس مشارکت، کسب خبرهای خوب، آموزش رژیم تغذیه می‌باشد مورد بررسی قرار گیرد.

ادبیات تحقیق

بهبود شرایط زندگی و افزایش طول عمر و امید به زندگی پدیده سالمندی را در جوامع به دنبال داشته است (کنزیلا، ۲۰۰۵).

پدیده افزایش جمعیت سالمندان یکی از مهمترین چالش‌های اقتصادی، اجتماعی و بهداشتی در قرن بیست و یکم به شمار می‌رود (لونفلد، ۲۰۰۵) رشد جهانی جمعیت سالمندان هم برای ارائه کنندگان خدمات بهداشتی و درمانی و هم برای اعضای خانواده و جامعه‌ای که سالمندان در آن زندگی می‌کنند یک چالش مهم محسوب می‌گردد (کنراد و ماریس، ۲۰۰۲) این چالش به موقعیت دموگرافیکی کشور ایران نیز مربوط می‌شود.

¹ Kinsella

² Lunenfeld

³ Conradie & Marais

سالمندی یک مرحله از روند طبیعی زندگی است به زبان ساده فردی که بالای ۶۵ سال است سالمند در نظر گرفته می‌شود اگر چه سن تقویمی معمولاً به عنوان یک اصل برای ارائه بسیاری از خدمات، غربالگری‌ها و پژوهش‌ها استفاده می‌شود اما تحقیقات و تجربیات بالینی نشان می‌دهد که چنین تصمیماتی چندان معتبر نمی‌باشد افراد سالمند یک گروه همگن و مشابه نیستند و به طور قابل ملاحظه‌ای دارای توانایی‌های متفاوتی هستند.

بعلاوه بیشتر اشخاص سالمند الگوهایی از ارزش‌ها و عقاید آبی خودشان را دنبال می‌کنند که این الگوها آنها را در تصمیم‌گیری و انتخاب راهنمایی می‌کند این عقاید و ارزش‌ها ریشه در مذهب، فلسفه، خانواده و فرهنگ و جامعه آنها دارد. عقاید معنوی می‌تواند به عنوان یک منبع قدرت برای سالمند باشد.

سالمندان را می‌توان از نظر میزان وابستگی طبق شاخص‌های بارتل و ADL به سه گروه تقسیم کرد:

- سالمند با حداقل وابستگی

- سالمند با وابستگی نسبی

- سالمند با حداکثر وابستگی

ویژگی‌های سالمندان

سالخوردگان همواره درباره خطراتی که وسیله دفع آنها را ندارند به اندیشه می‌نشینند حتی اگر خطر به خصوصی آنان را تهدید نکند. آگاهی از این که در برابر خطرات بی دفاع هستند وجودشان را از نگرانی و اضطراب لبریز می‌کند. آرامشی که از آن برخوردارند به نظرشان ناپایدار می‌آید و از آن جا که بر این آرامش تسلطی ندارند آینده را انباشته از امکانات ترس آور می‌دانند. مصیبتی که بر سر آنان فرود آمده بدین صورت است که ناگهان از پایگاه انسان بزرگسال مسئول به بایگان یک شیء اتکایی تغییر وضع داده‌اند. این اتکا سالخوردگان را در پناه طرح دیگران قرار می‌دهد و آنان بر این امر آگاهند. حتی اگر این اتکا در مواردی بصورتی آشکار پدیدار نباشد.

انسان سالخورده به سبب آن که اعتمادی به دیگران ندارد، حتی زمانی که امنیت وی تضمین باشد همواره در حال گوش به زنگ و هشیار بودن می‌ماند. این بی اعتمادی بیان مجازی حالت اتکایی است که وی در آن زندگی می‌کند. از این بیم دارد که کسانی که به او در ادامه زندگی یاری می‌رسانند ممکن است این کمک خود را قطع کنند یا کاهش دهند. بیم دارد که یاری و کمک‌هایی که به او می‌شود ممکن است بر پایه قواعد اخلاقی قراردادی جامعه باشد که نه احترام و نه علاقه شخصی به او را در بر دارد.

سالخورده‌گان متأهل کمتر از دیگران مضطرب نیستند بر عکس اضطراب آنان بیشتر است. اضطراب و پریشانی هر یک با اضطراب و پریشانی دیگری مربوط می‌شود و یک دیگر را تقویت می‌کنند و بار غم را افزایش می‌دهند هم برای خود و هم برای دیگری. انسان سالخورده در برابر ناپایداری عینی وضعیت خویش و در برابر اضطراب درونیش کوشش در دفاع از خود دارد.

لذا بسیاری از نگرش‌های وی را باید به صورت تدابیر دفاعیش تعبیر کرد. خصوصیت عادت تقریباً در نزد همه سالمندان مشترک است، بدین معنی که آنان به عادت پناه می‌برند. انسان سالخورده به امور تازه با نوعی ناراحتی می‌نگرد. برگزیدن او را به وحشت می‌کشاند. عقده حقارت او در شک و تردید وی ظاهر می‌شود. برای او بسیار راحت‌تر است که به دستورات عمل شده قبلی تکیه کند. عادت او را از کوشش فراوان برای سازگاری‌های مشکل نجات می‌دهد. انسان می‌تواند در پس پرده عادت پناه ببرد و خود را از حداقل امنیت برخوردار سازد و هرگاه یک بیگانه یکی از این قواعد و ترتیبات را زیر پا گذارد به شدت او را آن چنان عصبی می‌کند که به نظر می‌آید دچار بیماری باشد. این عادات جا افتاده، وسایل دفاعی هستند ولی بیش و کم از خصلت تهاجمی نیز برخوردارند.

تنها موردی که یک انسان سالخورده که به حالت ناتوانی درآمده است می‌تواند اراده خود را تحمیل کند، وادار کردن دیگران به محترم شمردن این عادات است. توسل به عادات سبب می‌شود تا سالمند در نگهداری عادات عجیب که یکسره تهی از معنی و مفهوم است اصرار ورزد.

روابط متقابل میان مردمان سالخورده مبهم است آنها با یکدیگر بودن را تا جایی دوست می‌دارند که خاطراتی مشترک و طرز فکری مشابه داشته باشند.

رایج‌ترین نگرش در میان سالخورده‌گان مخصوصاً در نزد مردان، بی تفاوتی آنان است. زنان سالخورده از علایق مشترک بیشتری برخوردارند و بنابراین برای همدستی یا بحث و نظر موضوع‌های بیشتری در اختیار دارند.

تعادل عاطفی سالخورده‌گان بخصوص به مناسبات آنها با فرزندانشان بستگی دارد. این مناسبات در زمان تجرد فرزندان عمیق‌تر احساس می‌گردد.

گرم‌ترین و شادترین احساسی که به کهنسالان دست می‌دهد از رابطه‌ای که آنان با نوه‌های خود دارند به وجود می‌آید.

روابط با فرزندان و نوه‌ها معمولاً در زندگی زنان بیش از زندگی مردان دارای اهمیت است. بالا رفتن سن، زنان را از اوج کمتری فرود می‌آورد. با وجود بالا رفتن سن باز کارهای فراوانی وجود دارد که زنان از عهده آن بر می‌آیند. آنان به تلخی مزاج گرفتار نمی‌شوند و توقع زیاد

ندارند و کمتر خود را از تعهدات می‌رهانند. زنان به هنگام پیر شدن چه خوب یا چه بد همواره برای خدمت آماده‌اند.

به طور کلی انسان سالخورده، حتی اگر به اعضای خانواده و دوستانش محبت داشته باشد، تا حدودی از آنان فاصله می‌گیرد. خودبینی و خودمداری وی با بی تفاوتی که به تدریج بر او تسلط می‌یابد و خود نیز عمداً آن را تقویت می‌کند، راحت‌تر ارضاء می‌گردد. این وضع هم حالتی از دفاع دارد و هم شکلی از انتقام، از آن جا که با او چنان که شایسته است رفتار نمی‌شود و تنها بر خود می‌تواند اتکا کند همه توان و اندیشه خود را متوجه وجود خویش می‌سازد. گاهی اوقات این پس نشینی از جهان موجب آرامش می‌گردد.

در خود فرور فتن معمولاً برای حفاظت انسان سالخورده در برابر جهان خارج کافی نیست. تهدید ادامه دارد و اضطراب و تشویق از میان نمی‌رود. پیری وی را غافلگیر می‌کند. فرا رسیدن ناگهانی آن احساس نامشخصی از بی عدالتی را در وی زنده می‌سازد. احساسی که تجلی و تظاهر آن در نمونه‌های بی شماری از مقاومت، معارضه و نپذیرفتن دیده می‌شود. انسان سالخورده خویشتن را قربانی سرنوشت جامعه و کسانی به شمار می‌آورد که در اطراف وی هستند. با او خلاف عدالت رفتار شده است و این بی عدالتی همچنان ادامه می‌یابد. ممکن است که تنفر و انزجار وی برانگیخته شود و خشمی بوجود آورد که او را به مرز دیوانگی بکشاند. به راستی در برخی از موارد ممکن است کمترین انگیزه و علتی برای خشمگین شدن وجود نداشته باشد ولی سالمند همواره و پیوسته در حالت ترشروئی و اوقات تلخی و نیز دائماً در حالت نهایت حساسیت است.

مواردی وجود دارد که برخی از رفتارهای ناسازگار انسان سالخورده از هر گونه قصد و عمد مبرا است. این گونه رفتار را باید ناشی از ضعف و تنزل جسمانی آنان دانست. یاهه گویی و تکرار مداوم که از خصوصیات کهنسالی است در شمار این گونه رفتارها قرار دارد.

نیازهای دوران سالمندی

الف- نیازهای فیزیکی: همانگونه که ذکر گردید به طور نرمال بدلیل تغییرات حاصله در ارگانیک بدن، انسان‌ها به تدریج از نظر حرکتی، شنوایی، بینائی، انعطاف پذیری مفاصل، شکنندگی بیشتر استخوان‌ها در اثر پوکی حاصله، زمان عکس العمل، کنترل مثانه، تمرکز حواس و حافظه بخصوص حافظه نزدیک دچار مشکل می‌گردند. لذا به منظور تقویت توانمندی آنان در جهت مقابله با این معضلات نیاز هست که از وسایل کمکی استفاده گردد.

ب- نیازهای معیشتی: این نیازها شامل خوراک، پوشاک، مسکن و بهداشت است. بدیهی است غذای سالمند باید سبک و قابل هضم باشد. مضرات استفاده از سیگار و مواد مخدر بایستی

مرتباً گوشزد شود. رعایت پوشاک سالمند از نظر نوع جنس، نحوه دوخت و نظافت آن بسیار مهم است.

ج- نیازهای عاطفی: ایجاد روابط عاطفی با ثبات از نیازهای اساسی سالمندان می‌باشد. ارتباط صمیمانه اعضاء خانواده، اعم از همسر، فرزندان و نوه‌ها با سالمند، برنامه ریزی برای گذراندن اوقاتی شاد در کنار سالمند، مشورت با آنان در تصمیم‌گیری‌ها، مواردی هستند که فرد سالمند را به احساس آرامش و نگرش مثبت نسبت به زندگی و اطرافیان و کاهش استرس و ناامیدی سوق می‌دهد. بالطبع تحت چنین شرایطی، سیستم‌های دفاعی جسمی و روانی شخص سالمند توان مقاومت بیشتری را در مقابل بیماری‌ها و ناملازمات کسب خواهد نمود. د نیازهای اجتماعی: باید دانست که افسردگی بیشتر در میان سالمندانی وجود دارد که تنها زندگی می‌کنند. برای رفع احساس بطالت و بیکاری باید برنامه‌های جمعی برای سالمندان در نظر گرفت. سالمند احتیاج به امنیت روحی و جسمی دارد باید مطمئن باشد که در موقع ضرورت به کمکش خواهند شتافت و یا در موقع بیماری سریعاً معالجه خواهد شد. احساس تنهایی و انزوای اجتماعی در بین سالمندان واقعیتی است که در حال حاضر مورد توجه بسیاری از صاحب نظران علوم روانپزشکی و روان‌شناسی می‌باشد.

ه- بهداشت و آراستگی: ظاهر ناآراسته برای هیچ سنی مناسب نیست و تنها نشانه ضعف و کسالت است. باید به سالمندان کمک کرد تا برای نظافت و بهداشت فردی برنامه روزانه داشته باشند و بعد از بیدار شدن استحمام کنند. برای جلوگیری از بوی بد دهان و دندان بعد از مسواک زدن از دهان‌شویه استفاده شود و در طول روز به طور مرتب دهان با آب شستشو شود.

و- مناسب سازی و رفع موانع: افراد سالمند بیشتر وقت‌شان را در خانه سپری می‌کنند و بسیاری از سالمندانی که خروج از خانه سلامتی‌شان را به خطر می‌اندازد ممکن است مجبور باشند همیشه در خانه بمانند، تحقیقات نشان داده است که تهیه مسکن با کیفیت مناسب یک نیاز مهم است و اسباب منزل بر سلامت سالمندان تأثیر دارد بنابراین خانه باید با خصوصیات جسمی، روانی سالمند متناسب باشد و طبق شناخت و آگاهی او در حد امکانات طراحی شود تا سالمند ضمن حفظ استقلال خود به دور از عوامل خطرآفرین با آرامش خاطر از دسترسی‌ها و امکانات ضروری به سهولت بتواند بهره‌مند گردد.

فرازی از رعایت حقوق سالمندی

حق زندگی

• آزادی محل زندگی.

- خانواده و دیگر مداخله کنندگان درمانگر باید حق سالمند را در انتخاب محل زندگی رعایت نمایند.
- سالمند را باید از خطرات احتمالی هر موقعیت آگاه کرد.
- مناسب سازی محیط زندگی با نیازهای فرد سالمند
- محیط زندگی سالمند باید با نیازهای خاص وی مطابقت داشته باشد.
- در صورت کاهش استقلال فرد سالمند به هر دلیلی وی می‌تواند در منزل دوم خویش تحت مراقبت‌های ویژه بخش‌های دولتی یا غیردولتی قرار گیرد.
- ارتقاء کیفیت زندگی و آسایش جسم و روح سالمند باید هدف نهایی پروژه خدمت رسانی باشد.
- برخورداری از فضای خصوصی و اجتماعی ویژه سالمند می‌بایست در مراکز درمانی و توانبخشی مدنظر قرار گیرد.
- زندگی اجتماعی علی‌رغم محدودیت‌های مشارکت سالمند
- آزادی عمل در برقراری ارتباط حق مسلم سالمند است.
- خدمات اجتماعی می‌بایست با توجه به شرایط دوران سالمندی متناسب سازی شود.
- سالمند باید از حقوق فردی و اجتماعی خود مطلع شود.
- حضور و نقش فعال اطرافیان
- حفظ روابط اجتماعی با خانواده و دوستان حق طبیعی سالمند است.
- تقویت نقش مهم خانواده در ارائه حمایت‌های اجتماعی می‌بایست مدنظر قرار گیرد.
- در صورت عدم توجه نزدیکان حمایت‌گر این نقش به عهده مراکز توانبخشی و درمانی سالمندان و داوطلبان می‌باشد.
- درآمد و دارایی
- سالمند مالک تمامی درآمدها و دارایی‌های خود می‌باشد.
- دارایی فرد سالمند در صورت وابستگی روانی و جسمی وی از سوی قانون مورد محافظت قرار گیرد.
- در صورتی که درآمد و توانایی مالی سالمند کفایت رفع نیازهای او را نکند باید از حمایت رفاهی قانونی بهره‌مند شود.
- ارج نهادن به فعالیت‌های سالمند
- حفظ و نگهداری توانایی‌های انجام فعالیت‌ها تا حد امکان
- سالمندان با سطح شناختی پایین نیز نیاز به ابراز وجود دارند.
- مشارکت فعال سالمندان از احساس پوچی و بی‌ارزشی آنان پیشگیری می‌کند.

آزادی انجام فعالیت های مذهبی

• مراکز خاص سالمندان باید محلی برای ادای مراسم مذهبی داشته باشد.

• حفظ و تکریم سالمند با هر دین و مذهب.

• رعایت و حفظ اصول مذهبی مورد قبول فرد سالمند.

حفظ استقلال سالمند

• پیشگیری از وابستگی سالمند توسط مراکز سالمندی و خانواده حق مسلم اوست

در صورت عدم توجه نزدیکان حمایت گر این نقش به عهده مراکز توانبخشی و درمانی

سالمندان و داوطلبان می باشد.

اصول ملل متحد برای سالمندان

مجمع عمومی ملل متحد (طی قطعنامه ۴۶/۹۱) اصول ملل متحد برای سالمندان را در ۱۶

دسامبر ۱۹۹۱، تصویب کرد. حکومت‌ها تشویق شدند تا این اصول را در هر زمان ممکن در

برنامه‌های ملی خود بگنجانند. برخی نکته‌های برجسته این اصول عبارتند از

استقلال

سالمندان باید:

• به خوراک، آب، سر پناه، پوشاک و مراقبت بهداشتی کافی از راه تامین درآمد، حمایت

خانواده و اجتماع و خودیاری دسترسی داشته باشند.

• برای کار کردن یا دسترسی به دیگر فرصت‌های درآمدزا مجال داشته باشند.

• بتوانند در تعیین زمان و شیوه ترک کار، مشارکت داشته باشند.

• به برنامه‌های مناسب کارآموزی و آموزشی دسترسی داشته باشند.

• بتوانند در فضاهایی زندگی کنند که ایمن بوده و با ترجیحات شخصی و توانایی‌های در حال

تغییر سازگاری داشته باشد.

• بتوانند تا هر زمان که امکان داشته باشد در منزل اقامت داشته باشند.

مشارکت

سالمندان باید:

• به صورتی ادغام شده در جامعه بمانند، به گونه فعال در تدوین و اجرای سیاست هایی که

بهبزستی و راحتی آنان را به طور مستقیم تحت تاثیر قرار می‌دهد مشارکت کنند و دانش و

مهارت‌های خود را در اختیار نسل‌های جوان تر قرار دهند،

• بتوانند برای اجتماع و خدمت داوطلبانه در موقعیت‌هایی متناسب با علایق و قابلیت های

خود فرصت‌هایی را جستجو کنند و توسعه دهند،

• بتوانند جنبش‌ها یا انجمن‌های سالمندان تشکیل دهند.

مراقبت

سالمندان باید:

- طبق نظام ارزش‌های فرهنگی جامعه از مراقبت و حمایت خانواده و اجتماع بهره‌مند شود.
- برای کمک به خود در حفظ یا بازیابی سطح بهینه آسایش بدنی، ذهنی و عاطفی و پیشگیری یا به تاخیر انداختن شروع بیماری، به مراقبت بهداشتی دسترسی داشته باشند.
- برای افزایش استقلال شخصی، حمایت و مراقبت به خدمات اجتماعی و حقوقی دسترسی داشته باشند.
- بتوانند از سطوح مناسب مراقبت به وسیله مراکز حمایتی، توانبخشی و ایجاد انگیزش‌های اجتماعی و روانی در یک فضای انسانی و امن بهره‌گیرند.
- بتوانند به هنگام اقامت در هر سرپناهی و با هر امکان مراقبتی و درمانی، از حقوق بشر و آزادی‌های اساسی شامل احترام کامل به شان، اعتقادات، نیازها و زندگی خصوصی و حق اتخاذ تصمیمات در مورد مراقبت بهداشتی و کیفیت زندگی خود، برخوردار باشند.

خودسازی

سالمندان باید:

- بتوانند در پی فرصت‌هایی برای توسعه کامل توانایی‌های بالقوه خود باشند.
- به امکانات و منابع آموزشی، فرهنگی، معنوی و دسترسی داشته باشند.

شان

سالمندان باید:

- بتوانند با سربلندی و امنیت زندگی کنند و از بهره‌کشی و سو استفاده بدنی یا ذهنی در امان باشند.
- بدون در نظر گرفتن سن، جنس، پیشینه نژادی یا قومی، ناتوانی یا دیگر وضعیت‌ها برخوردار باشند، و جدا از میزان مشارکت اقتصادی خود ارزش گذاری شوند.

رسانه و سالمندی

برنامه‌ریزی مناسب برای سالمندان ضروری است، در این شرایط وسایل ارتباط جمعی از جمله رسانه‌ها می‌تواند وسیله‌ای مناسب برای پر کردن خلاء تنهایی سالمندان باشد اما با توجه به نقش و کارکردهای وسایل ارتباط جمعی از جمله رسانه در پر کردن اوقات فراغت، آموزش، اطلاع‌رسانی...، انتظارات و دیدگاه‌های اقشار مختلف نسبت به رسانه متفاوت است.

بنابراین این سوال مطرح است که با توجه به شرایط جسمی، روحی و روانی سالمندان چه برنامه‌هایی می‌تواند برای سالمندان مناسب باشد.

به طور کلی الگوهای مطلوب برنامه سازی رسانه برای سالمندان چیست؟ یک برنامه رسانه‌ای از نظر فرم و ساختار چگونه باید باشد که در جذب سالمند موثر بوده، خلاء تنهایی وی را پر نماید که این فرم و ساختار علاوه بر محتوای برنامه شامل صدای گوینده، نوع موسیقی، آرم و... می‌گردد. در این پژوهش قصد بر آن است با توجه به انتظارات سالمندان از رسانه به الگوهای مطلوب برنامه‌سازی رسانه‌ای حتی در کشورهای توسعه یافته نیز، به گروه سالمندان، معمولاً به عنوان یک مشکل و بار اجتماعی نگریسته می‌شود که پاسخگویی به نیازهای طبیعی آنان، یک برنامه هزینه‌بر است. حال آنکه در یک نگاه توسعه یافته‌تر، سالمندان نیز همچون همه دیگر اقدار سنی جامعه، شهروندانی هستند که هم بهره‌مندی آنان از امکانات مادی معنوی جامعه یک حق طبیعی است و هم خود به عنوان یک منبع و ذخیره تولید و سالمند است. چنانچه مدیریت جامعه ما، از هم اکنون به طور جدی در فکر ایجاد ساختارها و روال‌های لازم برای مدیریت صحیح قشر سالمند خود نباشد، بدون شک در این زمینه نیز همان طور که سنت مدیریت در این کشور در حال توسعه است تنها با مواجهی از مشکلات مواجه خواهیم بود که مقابله روزمره و منفعل آن شرایط سختی را هم برای این قشر و هم برای دیگر بخش‌های جامعه پدیدار می‌سازد. حال آنکه یک مدیریت برنامه‌ای، جامع و تدریجی که از هم اکنون پای به صحنه عمل گذارد می‌تواند این تهدید آینده را به یک فرصت تبدیل کند. اگر جوان شدن جامعه ما، یک پدیده نسبتاً ناگهانی و سیل آسا بود، پیرشدن جامعه کاملاً قابل پیش بینی است و فرصت کافی برای مواجهه با آن وجود دارد مشروط بر آنکه بدانیم چه باید کرد و زمان را بیش از این از دست ندهیم. نکته دیگر اینکه سالمندان نیازهای متنوعی دارند و پاسخگویی به نیازهای آنان مستلزم فراهم سازی امکانات، روال‌ها و تمهیدات گوناگون است. هنگامی که صفحات روزنامه‌ها، برنامه‌های رادیو و تلویزیون، عناوین مجله‌ها، فیلم‌های سینمایی، تئاترها و نمایش‌ها و خلاصه محتوای رسانه‌های مختلف را مرور کنیم، در می‌یابیم که سه خلاء اساسی خودنمایی می‌کند: اول، نبودن رسانه‌های ویژه سالمندان، دوم، عدم توجه رسانه‌های موجود به سالمندان به عنوان یکی از اولویت‌های سیاست گذاری خود و سوم، عدم تناسب برنامه‌ها و اطلاعات تولید شده با نیازهای مختلف جسمی و روحی سالمندان.

این در حالی است که در دنیای امروز ارتباطات و اطلاعات، نمی‌توان به رسانه‌هایی با هویت عام و غیر تخصصی اکتفا کرد. باید به ضرورت تخصصی شدن و کار ویژه شدن رسانه‌ها توجه داشت و تنوع لازم رسانه‌ای را از این حیث در دستور کار قرار داد.

تخصصی شدن رسانه‌ها گاه از زاویه محتوای ارزیابی می‌شود و گاه مهمتر، از زاویه مخاطب ارزیابی می‌شود. رسانه‌های ویژه مخاطبین سالمند در زمره رسانه‌های تخصصی محسوب می‌شوند. البته رسانه‌های ویژه قشر سالمندان و نیز تبدیل رسانه‌های موجود به رسانه‌هایی که سالمندان را به عنوان یک اولویت در میان مخاطبان خود محسوب می‌کنند باید در اولویت قرار گیرد. جامعه ما، هم به دلیل شرایط کنونی که نزدیک به ده میلیون شهروند سالمند دارد و هم به دلیل آینده نه چندان دوری که با یک قشر اکثریتی سالمند مواجه است، نیازمند رسانه‌های متنوع ویژه سالمندان است. دست کم یک کانال تلویزیونی و رادیویی ویژه سالمندان، مجلات تخصصی سالمندی، یک روزنامه ویژه سالمندان، صفحات ویژه سالمندان در روزنامه‌ها و بازشدن یک مسیر مستقل از ژانر سینما و تئاتر ویژه سالمندان، از جمله نهادسازی‌ها و ساختارآفرینی‌هایی است که می‌بایست در چارچوب سیاست کلان مدیریتی کشور برای فراهم کردن تمهیدات و روال‌های ضروری اداره گروه بزرگ سالمندان دیده شود. اما از آنجایی که این تحقیق درباره سنجش نگرش میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها است لذا امید به اینکه این تحقیق بتواند توجه مسئولین و محققین تمامی رسانه‌ها را بیش از پیش به این قشر عظیم جامعه معطوف دارد. اما با توجه به توضیحات ذکر شده در خصوص جمعیت سالمندان کشور و نیازهای آنان و با توجه به اینکه در صداوسیما جمهوری اسلامی ایران شبکه تخصصی سالمندان و حتی برنامه‌های ویژه سالمندان با طراحی مطلوب وجود ندارد ضرورت پرداختن به این موضوع احساس می‌شود که الگوهای مطلوب سیاستگذاری و برنامه سازی برای سالمندان چگونه باید باشد که بتواند مورد توجه سالمند واقع شده و نیازهای وی را پاسخ گوید و با توجه به نقش و کارکردهای ارتباط جمعی در آماده سازی محیط زندگی و همچنین در پر کردن اوقات فراغت، آموزش، اطلاع رسانی و ... بتواند انتظارات سالمندان را برطرف سازد و از طرفی خلاء تنهایی آنان را کاهش دهد. (اعظم السادات دلبری)

پیشینه تحقق

جستجو در تحقیقات انجام شده موردی که بیانگر بررسی سنجش نگرش سالمندان از رسانه‌ها باشد یافت نشد و لذا چند تحقیق قابل استفاده در ادبیات تحقیق آورده شده است. جایگاه اجتماعی سالمندان در خانواده با تأکید بر نقش تلویزیون بررسی دیدگاه‌های سالمندان تهرانی، پژوهشی است که توسط جعفری و همکاران (۱۳۹۵) انجام شده است. مطالعه حاضر با هدف کنکاش نقش تلویزیون در تغییر جایگاه اجتماعی سالمندان در شهر تهران به روش کیفی صورت گرفته است.

بررسی میزان استفاده و رضامندی سالمندان کرمانی از رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون و مطبوعات) دومین اثری است که توسط معصومه احمدپور (۱۳۹۱) در پایان نامه کارشناسی

ارشد خود آورده است. تحقیق حاضر با عنوان بررسی میزان استفاده و رضامندی سالمندان کرمانی از رسانه های جمعی (رادیو، تلویزیون و مطبوعات) تهیه شده است. که البته این تحقیق به تاثیر متغیرهای جمعیت شناختی در میزان رضایت از رسانه ها پرداخته است. یوسفی کلش و جاویدزاده (۱۳۹۶) پژوهشی در زمینه نقش رسانه های جمعی در پیشگیری از بزه دیدگی سالمندان انجام داده اند. هدف از این پژوهش بررسی میزان تاثیر رسانه بر سالمندان بوده است.

تصویر رسانه ای از سالمندی فصل چهارم کتاب «پشتیبانی رسانه ها و بازارپایان» نوشته کالین میلنر^۱ و همکاران (۲۰۱۵) می باشد که نقش رسانه ها بر دیدگاه های جامعه به سوال پیری جمعیت چیست تاثیر گذاشته است؟ و اگر چنین است چرا؟ رسانه های جمعی چه پیام های در مورد سال های بعد زندگی به جامعه می فرستند؟ اخبار، تلویزیون، فیلم و تبلیغات معمولاً دارای ویژگی کلیشه های است که نشان می دهد افراد مسن تر کارآمدی کمتری دارند. استفاده از چنین کلیشه هایی به عنوان زبان منفی در مورد پیری شکل، تقویت و منعکس کننده نگرش ها و واکنش های جامعه به پیری است که این پیام یکپارچه رسانه ای دیدگاه تحریف شده پیری را ایجاد کرده است.

کیم ویکرس^۲ (۲۰۰۷) در مقاله پژوهشی خود در دانشگاه ایالتی کالیفرنیا، تاثیر رسانه ها بر مردم و نحوه تأثیر آنها بر افراد سالمند را توصیف می کند. آنها جنبه های رسانه های آمریکایی را از دهه ۱۹۷۰ تا امروز اتفاق افتاده شرح می دهد و تغییرات را مورد بحث قرار می دهد.

مبانی نظری

در این تحقیق علاوه بر «نظریه استفاده و رضامندی» از «نظریه های سالمندی» جعفری و همکاران استفاده شده است که برای اختصار نظریه سالمندی که کمتر در حوزه رسانه ها شناخته شده است آورده می شود (۱۳۹۵: ۴۷).

نظریه فرسودگی و نابودی^۳

این نظریه بدن انسان را به مثابه ماشینی فرض می کند که به هنگام فرسودگی قطعاتش عملکرد خود را از دست می دهد. با پیر شدن افراد، سلول، بافت و اندام ها به وسیله تنش

¹ Milner

² Vickers

³ Wear-and- tear theory

زاهای داخلی و خارجی آسیب می‌بینند. وقتی قسمت‌های مختلف بدن به حد خاصی آسیب ببینند، عملکرد کلی بدن کاهش می‌یابد. این نظریه همچنین پیشنهاد می‌کند که اعمال حافظ سلامتی، میزان فرسودگی و نابودی را کاهش داده و به عملکرد بهتر و طولانی‌تر بدن می‌انجامد.

نظریه ایمنی شناختی^۱

این نظریه می‌گوید سالمندی عملکردی از تغییرات سیستم ایمنی است. بر اساس این نظریه سیستم ایمنی (سازوکار دفاعی مهم بدن) در طول زمان تضعیف شده و سالمند در برابر بیماری مستعدتر می‌شود. نظریه ایمنی همچنین پیشنهاد می‌کند که افزایش بیماری‌های خود ایمنی و آلرژی در سالمندی به وسیله تغییرات سیستم ایمنی ایجاد می‌شود.

نظریه‌های روانی اجتماعی^۲

این نظریه، چرایی تغییرات فیزیکی سالمندی را شرح نمی‌دهند، بلکه سعی دارند چرایی تفاوت پاسخ‌های سالمندان به فرآیند سالمندی را توضیح دهند.

نظریه رهایی از قیود^۳

این نظریه برای توضیح چرایی جدایی سالمندان از جریان اصلی جامعه به وجود آمد و می‌گوید افراد سالمند به طور سیستماتیک از جامعه جدا و منزوی می‌شوند، زیرا در جامعه به عنوان یک کل، احساس مفید بودن نمی‌کنند. همچنین بیان می‌کند که سالمندان هنگام پیری به جدایی از جامعه تمایل دارند، به طوری که رهایی از قیود برای دوطرف (سالمند و جامعه) سودمند است. منتقدان معتقدند این نظریه سعی در توجیه سالمندی دارد، تطابق روانی با سالمندی را به طور سطحی شرح می‌دهد و نمی‌تواند تنوع و پیچیدگی سالمندان را نشان دهد.

نظریه فعالیت^۴

بر اساس این نظریه، فعالیت کردن برای داشتن سالمندی موفق، ضروری است. مشارکت فعال در فعالیت‌های جسمی و ذهنی به حفظ عملکرد خوب در سنین پیری کمک می‌کند.

1 Immunologic theory

2 Psychosocial

3 Disengagement

4 Activity theory

فعالیت‌های هدف‌دار و تعاملی که باعث ارتقای اعتماد به نفس می‌شوند، رضایت کلی از زندگی را حتی در یک فرد سالمند بهبود می‌بخشند. دیده شده است که در فعالیت‌های سرگرم‌کننده و تعامل اتفاقی با دیگران، اعتماد به نفس سالمندان بهبودی نمی‌یابد.

نظریه های دوره زندگی^۱

این نظریه‌ها که شاید در حوزه پرستاری شناخته شده‌تر باشند، اثر شخصیت و تطابق شخصی را در طول زندگی فرد نشان می‌دهند. بسیاری از این نظریه‌ها در تعیین وظایف محوری زندگی فرد سالمند بسیار اختصاصی هستند. در ادامه سه نظریه رایج تر یعنی نظریه اریکسون، نظریه‌های یورست و نظریه نیومن بیشتر توضیح داده می‌شوند.

نظریه شخصیت اریکسون^۲

این نظریه هشت مرحله مهم تکاملی را که یک فرد در طول زندگی با آنها مواجه می‌شود، تعیین می‌کند: ۱. اعتماد در مقابل بی‌اعتمادی؛ ۲. استقلال در مقابل شک و تردید و خجالت؛ ۳. ابتکار در مقابل احساس گناه؛ ۴. ضعف در مقابل احساس حقارت؛ ۵. احساس هویت در مقابل احساس بی‌هویتی؛ ۶. صمیمیت در مقابل انزوا؛ ۷. مولد بودن در مقابل رکود؛ ۸. کمال در مقابل یأس.

آخرین مرحله، محدوده کهنسالی است، ولی نارسایی در کسب موفقیت در مراحل قبلی می‌تواند باعث ایجاد مشکلاتی در مراحل بعدی شود. کهنسالی زمانی است که افراد به طور طبیعی زندگی‌شان را مرور کرده و تعیین می‌کنند که آیا در مجموع مثبت یا منفی بوده‌اند. مثبت‌ترین برآیند این مرور زندگی، خردمندی، درک و پذیرش و منفی‌ترین برآیند آن شک، احساس گناه و ناامیدی است.

نظریه‌های یورس^۳

این دیدگاه فرآیند پیری را به تفصیل بیان کرده و وظایف خاص اواخر زندگی شامل تطابق با کاهش قوای جسمی و سلامتی، تطابق با بازنشستگی و کاهش درآمد، تطابق با فقدان همسر، ایجاد روابط با گروه سنی خود، تطابق با نقشه‌های اجتماعی به شیوه انعطاف‌پذیر و ایجاد نظم رضایت‌بخش در زندگی را تعریف می‌کند.

1 Life-Course theories

2 Erikson's-personality-theory

3 Havighurst theory

نظریه نیومن^۱

نظریه نیومن وظایف سالمندی را به صورت زیر تعیین می‌کند: ۱. تطابق با تغییرات جسمی سالمندی؛ ۲. هدایت مجدد انرژی برای فعالیت‌ها و نقش جدید شامل بازنشستگی، پدربزرگ، مادربزرگ و بیوه‌گی؛ ۳. پذیرش زندگی خود؛ ۴. ایجاد یک دیدگاه درباره مرگ. (جعفری و همکاران ۱۳۹۵: ۴۷)

یکی از قدیمی‌ترین نظریه‌های پیری‌شناسی اجتماعی که مربوط به دهه ۱۹۴۰ است، نظریه نقش است. افراد در طول زندگی نقش‌های مختلفی را برعهده می‌گیرند که اغلب این نقش‌ها متوالی و برخی نیز شبیه همدیگرند (کینسلا، ۲۰۰۵). نظریه نقش موقعیت سالمندان را برحسب سازگاری با نقش‌های با ارزش اجتماعی تبیین می‌کند.

در جامعه‌ای که کار در آن دارای ارزش اساسی است بازنشستگی اغلب به معنای از دست دادن منزلت اجتماعی تلقی می‌شود. سازگاری موفقیت آمیز با بازنشستگی با برعهده گرفتن نقش‌های جدید و کیفیت گذران اوقات فراغت وابسته است و بر نیاز برای انعطاف و انطباق نقش تأکید شده که در این میان زنان به خاطر اینکه نقش خانه داری در مورد آنها تغییر نمی‌کند، کمتر این بحران را تجربه می‌کنند (مهدوی، ۱۳۷۹: ۲۲۰)

اهداف تحقیق

هدف این تحقیق بررسی میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها به عنوان تامین کننده نیازهای روحی و روانی آنها است به این منظور ۸ شاخص بر اساس ادبیات حوزه سالمندی تهیه شده است که عبارتند از: ۱- امید به زندگی ۲- فراموشی سختی‌ها ۳- فرار از خود ۴- شادی و نشاط ۵- تشویق به ورزش ۶- ارتباط با دیگران ۷- مشارکت و ۸- خبرهای خوب،

روش تحقیق

تحقیق بررسی رضایتمندی سالمندان از رسانه‌ها چون از نوع سنجش نگرش (مورینگ و اشلوتز، ۱۳۹۴) بوده به تبع روش پژوهش نیز توصیفی-مقطعی است. تحقیق توصیفی شامل مجموعه روش‌هایی است که هدف آن‌ها توصیف کردن شرایط یا پدیده‌های مورد بررسی، که در این تحقیق میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها است. اجرای تحقیق توصیفی می‌تواند شناخت بیشتر شرایط موجود و یا یاری رساندن به فرآیند تصمیم‌گیری باشد. پژوهش‌های نظرسنجی از جمله پیمایش‌هایی محسوب می‌شوند که در بخش توصیفی مطرح می‌شوند. در حوزه توصیف، این روش به منظور توصیف یک جامعه تحقیقی در زمینه یک پدیده معین انجام می‌شود. به همین دلیل در پیمایش‌های توصیفی، محقق در مورد علت وجودی پدیده

1 Newman theory

یا چرایی مسئله بحث نمی‌کند بلکه تنها به چگونگی آن مسئله به پژوهش و کاوش می‌پردازد و آنرا صرفاً توصیف می‌کند. پرسش‌هایی مثل چگونه، چه کسی، چه چیزی، کجا، چه مقدار، چه تعداد؟ و... از جمله مهمترین مولفه‌های مطرح شده در پیمایش‌های توصیفی است. روش مقطعی نیز، روشی است که به منظور گردآوری داده‌ها درباره‌ی یک یا چند صفت در یک مقطع زمانی از جامعه انجام شد.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

در انجام هر تحقیق مشخص کردن جامعه آماری یکی از ضروریات می‌باشد زیرا بایستی محقق حوزه کاری خود را از پیش بداند تا بتواند در مورد آن به گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز برای بررسی و تحلیل بپردازد. جامعه آماج تحقیق است و منظور از عمل گردآوردن داده‌ها، استخراج نتایج جامعه می‌باشد. یا به بیان ساده‌تر در هر بررسی آماری، مجموعه عناصر مورد نظر را جامعه می‌نامند. یعنی جامعه مجموعه تمام مشاهدات ممکن است که می‌توانند با تکرار یک آزمایش حاصل شوند. جامعه آماری این تحقیق شامل آسایشگاه ابراهیم آباد اراک می‌باشد که داده‌های مورد نیاز تحقیق در این جامعه جمع آوری شده است. بر اساس آخرین آمار مدیریت آسایشگاه سالمندان ابراهیم اراک تعداد ۸۸ مرد و ۳۳ زن که در مجموع ۱۲۱ نفر در این آسایشگاه سکنا دارند.

به علت محدود بودن تعداد افراد حاضر در آسایشگاه ابراهیم آباد اراک از روش تمام شماری استفاده شده است. لذا این تحقیق فاقد روش نمونه‌گیری و حجم نمونه است.

روش جمع‌آوری اطلاعات

روش گردآوری اطلاعات در این سنجش نگرش، پرسشنامه است که متأسفانه بر خلاف انتظار، افراد سالمند در آسایشگاه سالمندان ابراهیم آباد اراک تماماً توان پاسخگویی به سوالات پرسشنامه این تحقیق را نداشتند که عده‌ای به علت کهولت سن زیاد، عده‌ای به خاطر بستری بودن در بخش مراقبت‌های ویژه و تعدادی نیز به علت اینکه مشاعر سالم نداشته و یا زبان فارسی بلد نبودند.

به این ترتیب از بین آقایان ۴۷ پرسشنامه و از بین زنان نیز ۱۸ پرسشنامه قابل قبول جمع آوری گردید که در مجموع ۶۵ پرسشنامه به عنوان پرسشنامه معتبر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

از جمله ابزارهای گردآوری داده‌ها در تحقیقات رضایت‌سنجی، مقیاس‌های سنجش نگرش است. مهمترین مقیاس‌ها اندازه‌گیری نگرش عبارتند از: مقیاس لیکرت، مقیاس افتراق معنایی، مقیاس ثرستون، مقیاس گاتمن و مقیاس فاصله اجتماعی بوگاردوس؛ که در این

تحقیق برای اندازه گیری رضایت سالمندان از رسانه‌ها از مقیاس لیکرت استفاده شد. مقیاس لیکرت از مجموعه‌ای منظم از گویه‌ها که به ترتیب خاصی تدوین شده ساخته می‌شود. این گویه‌ها حالات خاصی از پدیده مورد اندازه گیری را بصورت گویه‌هایی که از لحاظ ارزش اندازه گیری دارای فاصله‌های مساوی است عرضه می‌کند. برای تدوین این گویه‌ها معمولاً از عبارات مساعد و نامساعد درباره پدیده مورد اندازه گیری به تعداد مساوی استفاده می‌شود. جهت امتیاز دهی و ارزش گذاری کمی پاسخ‌های سوالات مقیاس معمولاً از طیف لیکرت ۵ درجه استفاده می‌شود.

ابزار تحقیق و روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

بررسی نگرش سالمندان در خصوص میزان رضایت از رسانه‌ها از طریق پرسشنامه مورد واکاوی قرار گرفته شده و تحلیل آن نیز روش توصیفی است. تحقیق توصیفی با چگونگی امور سروکار دارد. چنانچه نتوانیم پدیده‌ها را به نحوه مناسب و مطلوب توصیف کنیم، قطعاً نمی‌توانیم به نحو مناسب نیز آنرا در گام‌های بعدی تبیین کنیم. اگر چنانچه نتوانیم پدیده‌های اجتماعی را به نحو مناسب بشناسیم، بی‌شک تحلیل و تبیین آن نیز با محدودیت و نواقص روبرو خواهد شد. توصیف پدیده‌ها در برجسته ساختن، تشریح و وجود مسائل مختلف سازمانی و بیان ابعاد مختلف آن به منظور تصمیم‌گیری صحیح در جهت اقدامات اصلاحی بسیار ضروری و مهم بشمار می‌رود. بنابراین در تحقیق حاضر که نگرش سنجی است از روش توصیفی استفاده شده است به این منظور از آمار توصیفی که درصد و میانگین است استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های جمعیت شناختی حکایت از آن دارد که که ۷۲٪ پاسخگویان مرد و ۲۸٪ زن بوده‌اند که با توزیع جمعیتی آسایشگاه ابراهیم آباد همخوان بوده است. بیشترین نرخ جمعیتی با ۵۱٪ بین ۶۰ تا ۷۰ سال بوده است و ۸۳٪ سالمندان یا بی سواد و یا سواد خواندن و نوشتن دارند و در نهایت ۶۵٪ از سالمندان را فرزندان به آسایشگاه برده‌اند و ۲۰٪ توسط فامیل و ۱۵٪ نیز توسط همسایه‌ها بوده است.

میزان استفاده از رسانه‌های کلاسیک و جدید در این آسایشگاه مختص به تلویزیون می‌باشد به تعبیر دیگر در این آسایشگاه دو نفر رادیو شخصی و چند نفری نیز تلفن همراه دارند که برای فعالیت ضروری از آن استفاده می‌کردند و در نتیجه می‌توان گفت که رسانه غالب در این آسایشگاه که هیچ رسانه انحصاری تلویزیون حاکم است و نتایج فقط به تلویزیون و آن هم سیمای جمهوری اسلامی ایران محدود می‌شود.

فرضیه اصلی: سالمندان از برنامه‌های رسانه‌ها رضایت دارند.

جدول شماره ۱: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها

ردیف	شاخص‌های میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها	میانگین از ۵ در طیف لیکرت
۱	امید به زندگی توسط رسانه‌ها	۲,۳۷
۲	فراموشی سختی‌ها توسط رسانه‌ها	۲,۶۳
۳	فرار از خود توسط رسانه‌ها	۲,۴۵
۴	شادی و نشاط توسط رسانه‌ها	۲,۶۸
۵	تشویق به ورزش توسط رسانه‌ها	۱,۵۵
۶	ارتباط با دیگران توسط رسانه‌ها	۲,۵۵
۷	مشارکت توسط رسانه‌ها	۲,۴۴
۸	خبرهای خوب توسط رسانه‌ها	۲,۳۲
	میانگین رضایت توسط رسانه‌ها	۲,۳۷

با توجه به جدول و نمودار توصیفی میانگین میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها ملاحظه می‌شود که میانگین مجموع شاخص‌ها شامل ۱- امید به زندگی ۲- فراموشی سختی‌ها ۳- فرار از خود ۴- شادی و نشاط ۵- تشویق به ورزش ۶- ارتباط با دیگران ۷- مشارکت و ۸- خبرهای خوب؛ عدد ۲,۳۷ از ۵ در مقیاس لیکرت می‌باشد که اگر میانگین را عدد ۲,۵ فرض کرده باشیم که گویه متوسط یا بی نظر حتی باعث افزایش عددی آن شده باشد باز هم عدد ۲,۳۷ کوچکتر از میانگین نرمال است و لذا هرچند چولگی منفی محسوب نمی‌شود اما نشان دهنده رد شدن فرضیه اصلی تحقیق مبنی بر « سالمندان از برنامه‌های رسانه‌ها رضایت دارند» است.

فرضیه فرعی ۱: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای امید به زندگی سالمندان رضایت دارند.

جدول شماره ۲: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از رسانه‌ها

شاخص‌های امید به زندگی	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
ترسیم آینده اقتصادی خوب توسط رسانه‌ها	۲,۶۵	۶۵	۰,۹۴۳
ترسیم آینده فرهنگی خوب توسط رسانه‌ها	۲,۷۲	۶۵	۱,۰۰۸
ترسیم آینده کشور خوب توسط رسانه‌ها	۲,۳۷	۶۵	۰,۷۸۲
ترسیم بخت و اقبال توسط رسانه‌ها	۲,۶۳	۶۵	۱,۰۶۵
ترسیم محیط زیست بهتری توسط رسانه‌ها	۲,۶۳	۶۵	۰,۹۴۵
میانگین کل	۲,۶	---	---

بر اساس میانگین ۲,۶ از ۵ در مقیاس لیکرت که نزدیک به میانگین ۲,۵ بوده و چولگی خنثی را نشان می‌دهد و لذا باید گفت تلویزیون که تنها رسانه این پاسخگویان بوده است نتوانسته رضایت‌ها را تامین نماید و لذا این فرضیه که «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای امید به زندگی سالمندان رضایت دارند» رد شده است.

فرضیه فرعی ۲: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای فراموشی سختی‌های سالمندان رضایت دارند.

جدول شماره ۳: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از فراموشی سختی‌ها توسط رسانه‌ها

شاخص‌های فراموشی سختی‌ها توسط رسانه‌ها	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
فراموشی مشکلات روزانه توسط رسانه‌ها	۲,۷۲	۶۵	۱,۰۳۸
فراموشی مشکلات کهولت توسط رسانه‌ها	۲,۶۳	۶۵	۱,۱۶۵
فراموشی احساس کهولت توسط رسانه‌ها	۲,۶۳	۶۵	۱,۰۸۴
میانگین کل	۲,۶۶		

بر اساس یافته‌ها، سالمندان میزان فراموشی سختی‌های خود توسط رسانه‌ها را کم دانسته‌اند و اگر میزان متوسط یا همان عدم نظر از آن حذف می‌شد به طور حتم میانگین کمتری نیز نشان داده می‌شد اما با اینحال میانگین ۲,۶۶ از ۵ در مقیاس لیکرت نشان دهنده این است که نظرات در حد متوسط بوده و نمی‌توان قضاوتی در مورد چولگی مربوطه داشت. به این ترتیب فرضیه «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای فراموشی سختی‌های سالمندان رضایت دارند» مورد تایید قرار نگرفته است.

فرضیه فرعی ۳: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای فرار از خود رضایت دارند.

جدول شماره ۴: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از فرار از خود توسط رسانه‌ها

شاخص‌های فرار از خود توسط رسانه‌ها	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
کمتر فکر کردن به خود توسط رسانه‌ها	۲,۴۶	۶۵	۱,۰۴۷
عدم فکر به آینده خود توسط رسانه‌ها	۲,۴۵	۶۵	۰,۹۴۵
میانگین کل	۲,۴۶		

متغییر فرار از خود توسط برنامه‌های رسانه‌ها با میانگین ۲,۴۶ از ۵ در مقیاس لیکرت کمتر از حد دو نیم است و تقریباً در حالت منفی قرار دارد. به این ترتیب ملاحظه می‌شود سالمندان پاسخگو رسانه‌ها را در این امر موفق نبوده‌اند. به این ترتیب فرضیه فرعی «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای فرار از خود رضایت دارند» تایید نشده است.

فرضیه فرعی ۴: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای سرگرمی مفرح برای سالمندان رضایت دارند.

جدول شماره ۵: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از برنامه‌های مفرح توسط رسانه‌ها

شاخص‌های برنامه‌های مفرح توسط رسانه‌ها	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
شادی و خوشحالی توسط رسانه‌ها	۲,۵۷	۶۵	۱,۰۶۰
پخش موسیقی خوشایند توسط رسانه‌ها	۲,۸۰	۶۵	۱,۰۴۹
میانگین کل	۲,۶۸		

با عنایت به میانگین ۲,۶۸ از ۵ در طیف لیکرت است که هیچگونه چولگی را نشان نمی‌دهد و نمی‌تواند تایید کننده یا رد کننده فرضیه «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای سرگرمی مفرح برای سالمندان رضایت دارند» نمی‌باشد و نمی‌توان گفت که سالمندان پاسخگو به این متغیر از آن راضی بوده‌اند. به این ترتیب این فرضیه نیز مورد تایید قرار نمی‌گیرد.

فرضیه فرعی ۵: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای تشویق به ورزش سالمندان رضایت دارند.

جدول شماره ۶: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از تشویق به ورزش توسط رسانه‌ها

شاخص‌های برنامه‌های ترویج ورزش توسط رسانه‌ها	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
ترغیب به ورزش توسط رسانه‌ها	۱,۶۵	۶۵	۰,۹۷۵
ترویج ورزش ویژه سالمندان توسط رسانه‌ها	۱,۴۶	۶۵	۰,۷۰۹
میانگین کل	۱,۵۵		

با عنایت به میانگین تشویق رسانه‌ها به ورزش درخور سالمندان دارای میانگین ۱,۵۵ از ۵ در طیف لیکرت است که چولگی کاملاً منفی را نشان می‌دهد. به این ترتیب فرضیه فرعی «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای تشویق به ورزش سالمندان رضایت دارند» مورد تایید قرار نگرفته است.

فرضیه فرعی ۶: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای ارتباط موثر سالمندان با دیگران رضایت دارند.

جدول شماره ۷: توزیع میانگین میزان رضایت از تشویق ارتباط موثر سالمندان

با دیگران توسط رسانه‌ها

شاخص‌های برنامه‌های ترویج ورزش توسط رسانه‌ها	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
ضرورت برقراری ارتباط با دیگران	۲,۴۵	۶۵	۰,۹۲۰
آموزش نحوه صحیح ارتباط با دیگران	۲,۶۸	۶۵	۱,۱۳۳
تشویق به ارتباط با دیگران	۲,۴۳	۶۵	۰,۸۰۹
میانگین کل	۲,۵۵		

رسانه‌ها در تشویق سالمندان به ارتباط با دیگران که از ضروریات سالمندی است را نادیده می‌گیرند و بر اساس نتایج بدست آمده میانگین ترویج ارتباط با دیگران ۲,۵۵ از ۵ در طیف لیکرت است که مجدد نیز هیچگونه چولگی را به نمایش نمی‌گذارد. لذا فرضیه «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای ارتباط موثر سالمندان با دیگران رضایت دارند» نیز مورد تایید قرار نمی‌گیرد و میزان رضایتی دیده نمی‌شود.

فرضیه فرعی ۷: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای حس مشارکت سالمندان رضایت دارند.

جدول شماره ۸: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از تشویق به مشارکت توسط رسانه‌ها

شاخص‌های ایجاد مشارکت در سالمندان	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
تشویق کمک در امور روزانه دیگران	۲,۴۲	۶۵	۰,۸۸۲
ضرورت کمک در امور روزانه دیگران	۲,۳۸	۶۵	۱,۰۱۱
لزوم کمک به اعضای خانواده و فامیل	۲,۵۱	۶۵	۰,۹۳۷
تشویق به مشارکت در امور سیاسی و اجتماعی	۲,۴۹	۶۵	۰,۹۲۱
آموزش سطوح مشارکت	۲,۴۰	۶۵	۰,۹۴۹
میانگین کل	۲,۴۴		

هیچکدام از ۵ شاخص مشارکت مورد تایید سالمندان نبوده است و با میانگین کل ۲,۴۴ از ۵ در مقیاس لیکرت می‌توان گفت که هیچ چولگی مثبتی ایجاد نکرده است. لذا فرضیه فرعی «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای حس مشارکت سالمندان رضایت دارند» مورد تایید قرار نگرفته است.

فرضیه فرعی ۸: سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای کسب خبرهای خوب در باره خود رضایت دارند.

جدول شماره ۹: توزیع میانگین میزان رضایت سالمندان از کسب خبرهای خوب توسط رسانه‌ها

شاخص‌های پخش خبرهای خوب توسط رسانه‌ها	میانگین	فراوانی	انحراف معیار
عدم پخش خبرهای ناگوار توسط رسانه‌ها	۲,۵۲	۶۵	۰,۸۵۰
خبر امیدوار کننده توسط رسانه‌ها	۲,۲۸	۶۵	۰,۹۴۴
خبرهای شادی آفرین توسط رسانه‌ها	۲,۱۷	۶۵	۰,۷۸۲
میانگین کل	۲,۳۲		

میزان رضایت از خبرهای خوب رسانه‌ها کمتر از حد میانگین است به این مفهوم که میانگین کل رضایت از خبرهای رسانه‌ها ۲,۳ از ۵ در مقیاس لیکرت است که نشان از کمتر از ۲,۵ حد متوسط می‌باشد. به این ترتیب فرضیه «سالمندان از برنامه‌های رسانه در راستای کسب خبرهای خوب در باره خود رضایت دارند» رد شده و مورد تایید نیست.

بحث و نتیجه‌گیری

مشاهدات و یافته‌ها نشان دهنده آن است که در آسایشگاه ابراهیم آباد فقط تلویزیون وجود دارد که در ساعاتی خاص روشن می‌شود و رسانه‌های دیگر نزد یکی دو سالمند مددجو وجود دارد. لذا یافته‌های این پژوهش فقط در مورد سیمای جمهوری اسلامی ایران صادق و قابل تعمیم است. برای اندازه‌گیری رضایت سالمندان از شاخص‌های ۱- امید به زندگی ۲- فراموشی سختی‌ها ۳- فرار از خود ۴- شادی و نشاط ۵- تشویق به ورزش ۶- ارتباط با دیگران ۷- مشارکت و ۸- خبرهای خوب، استفاده شده است که بدترین حالت تشویق به ورزش بوده که رضایت خیلی کمی را نشان داده است و برنامه‌های مفرح بالاترین حد بوده که بازهم در وضعیت نرمال است که با حذف گویه متوسط دچار چولگی منفی می‌گردد. شاخص‌های برشمرده شده انتظاراتی است که از رسانه بر اساس ادبیات تحقیق وجود دارد که بر اساس یافته‌های پژوهش، میانگین رضایت سالمندان در طیف ۵ درجه ای لیکرت؛ امید به زندگی ۲,۳۷ فراموشی سختی‌ها ۲,۶۳ فرار از خود ۲,۴۵ شادی و نشاط ۲,۶۸ تشویق به ورزش ۱,۵۵ ارتباط با دیگران ۲,۵۵ مشارکت ۲,۴۴ خبرهای خوب ۲,۳۲ بوده است که هیچکدام دارای چولگی مثبت یعنی نزدیک به ۵ نیستند و تمامی به ۲,۵ نزدیک است که اگر گویه متوسط یا بی‌نظر حذف شود تماماً دارای چولگی منفی خواهند شد و در مجموع میانگین رضایت از رسانه‌ها ۲,۳۷ از ۵ است که نشان دهند رد فرضیه توصیفی این تحقیق تحت عنوان «سالمندان از برنامه‌های رسانه‌ها رضایت دارند» است.

منابع

- احمدپور، معصومه (۱۳۹۱) بررسی میزان استفاده و رضامندی سالمندان کرمانی از رسانه‌های جمعی (رادیو، تلویزیون و مطبوعات) پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، پردیس آموزشهای نیمه حضوری.
- جعفری، طاهره؛ محمدصادق مهدوی و محمد باقر ساروخانی (۱۳۹۵) جایگاه اجتماعی سالمندان در خانواده با تأکید بر نقش تلویزیون: بررسی دیدگاه‌های سالمندان تهرانی فصلنامه دین و ارتباطات، دوره ۲۳، شماره ۵۰، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، صفحه ۳۹-۷۹.
- دلبری، اعظم سادات (۱۳۹۰) ارائه الگوهای مطلوب برنامه سازی رادیویی برای سالمندان؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته رادیو گرایش تهیه گندگی؛ دانشکده صداوسیما.
- ریاحی، محمد اسماعیل (۱۳۸۷) مطالعه تطبیقی موقعیت و جایگاه سالمندان در جوامع گذشته و معاصر، فصلنامه سالمند (مجله سالمندی ایران) مرکز تحقیقات سالمندی، دوره ۳، شماره ۳ و ۴ - (پاییز و زمستان) صفحات ۱۰-۲۱.
- باسخا، مهدی؛ سید حسین محقق کمال و حکیمه پاشازاده (۱۳۹۸) بررسی وضعیت پذیرش تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات در میان سالمندان شهر تهران، فصلنامه سالمند (مجله سالمندی ایران) مرکز تحقیقات سالمندی، دوره ۱۳، شماره ۵ صفحات ۵۵۰-۵۶۳.

مورینگ، ویبکه و دانیه لاشلوتز (۱۳۹۴) نظر سنجی در علوم ارتباطات و رسانه‌ها، ترجمه پیمان کی فرخی، انتشارات پرشس، آبادان.

نواح، یلدا؛ عبدالرضا زبردست و مجتبی حمایت خواه جهرمی (۱۳۹۲) عضویت در شبکه های اجتماعی و تاثیر آن بر رضایت از زندگی در میان سالمندان (مطالعه موردی شهرستان جهرم)، فصلنامه علوم اجتماعی، شوشتر سال هفتم، زمستان ۱۳۹۲، شماره ۴ (پیاپی ۲۳): ۴۱-۵۸.

یوسفی، زهرا؛ خدیجه شریفی، زهرا تقریبی و حسین اکبری (۱۳۹۴) تأثیر خاطره گویی گروهی بر نشاط سالمندان، فصلنامه مراقبت مبتنی بر شواهد/ دوره چهارم، شماره ۲۱، پاییز: ۱۳ تا ۳۹.

Conradie & Marais (2002) A phenomenological perspective on older widows satisfactions with their lives, published by sage.

Milner Colin, Van Norman Kay, Milner Jenifer (2015) Media and Marketers support, support/Articles/chapter4-medias-portrayal-of-ageing.pdf : <http://www.changingthewayweage.com/Media-and-Marketers->

Lunenfel yang, games A. Mortimer , et. Al (2004) THE ROLE of social engagement in life satisfactions: its significance among older with disease and disability, published by sag.

Vickers Kim (2007) Aging and the Media: Yesterday, Today, and Tomorrow, K. Vickers / Californian Journal of Health Promotion 2007, Volume 5, Issue 3, 100-105

Evaluating the Use and Satisfaction of the Elderly from the Media

Abbas Sheibani Moghadam

Master of Cultural and Media Studies,
Islamic Azad University, Arak branch
abbas.sheibanii@yahoo.com

Abstract

The influence of the media on all aspects of life is not about anyone. It is one of the cornerstones of aging in all societies. The elderly also has features that differentiate them from others and require special media plans that are specific to the elderly. A superficial look at media programs is a vacuum of attention from the media to the elderly, and perhaps if it is said that the program can not be seen as unnecessary. To validate this claim, there are two research methods: 1- Content analysis of the media; 2- An opinion poll about the media satisfaction of the elderly. Given that today's social media is no longer broadcast media, it's not possible to analyze their content, and it can not be determined that this type of media has an impact on the elderly through content analysis, and therefore the opinion polls of the elderly have priority. The purpose of this study was to assess the satisfaction of the elderly with the media. For this descriptive cross-sectional study, a questionnaire was used and the statistical population of this nursing home of Ebrahim Abad, Arak, was selected with 121 people, all of which were considered, but of this number Only 65 completed questionnaires have been completed, and the rest have not been collaborating with Ferretti and Disease. The validity of this information was 0.71 based on Cronbach's alpha, which confirmed the validity of these statistics. Observations and findings indicate that there is only a TV in this nursery that is lit up at a specific time and other media are available to one or two people. Therefore, the findings of this study are only true for the image of the Islamic Republic of Iran. To measure the satisfaction of the elderly from indicators 1 - Life expectancy 2 - Forgetting hardship 3 - Escaping from yourself 4 - Joy and joy 5 - Encouraging exercise 6 - Communication with others 7 - Participation and 8 - Good news, used to be the worst encouragement It was a sport that showed very little satisfaction, and the funny programs were the highest, which is still in normal condition, which is negatively skewed by eliminating the middle class. The indexes are the expectations of the media based on the research literature, which is based on the findings of the research, the average satisfaction of the elderly in the 5-degree Likert level; life expectancy 2.37 oblivion of hardship 2.63 escape from itself 2.45 joy and joy 2.68 encouragement of sports 1.55 communication With others 2.55

Participation 2.44 The good news is 2.32, none of which has a positive skewness of close to 5, and is close to 2.5, which if they are eliminated moderately or considerably, they will all be negatively skewed. In total, the average media satisfaction of 2.37 out of 5 is indicative of the rejection of the descriptive hypothesis of this study entitled "Elderly Satisfying Media Plans".

Key words: Elderly, Media, Satisfaction, Television, Life Expectancy, Partnership