

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
لَا تُصَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَلَا عَلَى آلِ مُحَمَّدٍ وَعَمَلِ مُحَمَّدٍ وَجَمْعِهِمْ
أَسَدٍ عَلَيْهِ سَلَامٌ

رسانه و سالمندی

دکتر محمد علی مروی شریف آباد

مدیر گروه سلامت سالمندی. دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد

رسانه و سالمندی از موضوعاتی است که در ایران و حتی دنیا مورد کم توجهی قرار گرفته است و دارای جنبه های مختلفی است که ذیلا به برخی جنبه های آن پرداخته می شود.

- میزان استفاده سالمندان از انواع رسانه های جمعی و نیز میزان رضایتمندی آنان از رسانه ها
- تناسب برنامه های رسانه های جمعی یا نیازهای سالمندان
- نقش رسانه های جمعی در ارتقاء سبک زندگی و سلامت سالمندان
- مفهوم و تصاویر ارائه شده از سالمندی در رسانه ها
- سالمندان و رسانه های اجتماعی نوین

میزان استفاده سالمندان از انواع رسانه های جمعی و میزان رضایتمندی آنان از رسانه ها

- مطالعات انجام شده در رابطه با میزان استفاده سالمندان ایرانی از رسانه ها ، که به صورت انحصاری به این مسئله بپردازد اصلا وجود ندارد و تنها مطالعه ای که اختصاصا به این مسئله پرداخته است نیز مطالعه ای است که بر روی سالمندان ساکن در یک آسایشگاه انجام شد است که تنها رسانه در دسترس آنان تلویزیون جمهوری اسلامی بوده است. در این مطالعه میزان رضایت سالمندان از برنامه های تلویزیون در یک طیف لیکرت ۵ درجه ای سنجیده شده که کمترین رضایت از تشویق به ورزش و بیشترین از شادی و نشاط و فراموشی سختیها بوده است.



بررسی میزان استفاده و رضایتمندی سالمندان از رسانه‌ها*

عباس شیبانی مقدم

کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی گرایش مطالعات فرهنگی و رسانه
دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، دانشکده علوم انسانی، گروه علوم ارتباطات، اراک، ایران.

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 فرتوتی 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 دو 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 قرار از خود ۲.۴۵ شادی و نشاط ۲.۶۸ تشویق به ورزش ۱.۵۵ ارتباط با دیگران ۲.۵۵ مشارکت ۲.۴۴ خیرهای 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.

میزان استفاده سالمندان از انواع رسانه های جمعی و میزان رضایتمندی آنان از رسانه ها

- اما مطالعاتی که به بررسی وضعیت اوقات فراغت در سالمندان پرداخته اند به طور ضمنی به میزان استفاده سالمندان از رسانه ها توجه کرده اند. برای مثال در مطالعه ای که در بین سالمندان شهر قزوین انجام شده است، ۲۵/۱ درصد سالمندان برنامه محبوب خود را رادیو، ۷۵/۶ درصد تلویزیون و ۷۲/۶ درصد روزنامه و مجلات ذکر کرده اند.

نیازهای اوقات فراغت سالمندان شهرستان قزوین

علی زارعی ، شهین قربانی

چکیده:

مقدمه: " اوقات " در لغت به معنای زمانها و " فراغت " به مفهوم آسایش، استراحت، آسودگی و رهایی از کاری می باشد و در اصطلاح عبارت است: فرصت و زمانی که پس از به انجام رساندن کار و شغل روزانه باقی می ماند.

جامعه شناسان معتقدند که فراغت واقعی است کاملاً تازه که با جامعه صنعتی و پدیده شهر نشینی به وجود آمده است و آن را نمی توان با بیکاری قرون گذشته مقایسه کرد.

هدف: این مطالعه برای بررسی نیازهای اوقات فراغت سالمندان انجام شده است . بررسی ها نشان می دهد که مجموعه برنامه های فراغتی ذیل در واقع یک مجموعه نسبتاً کامل ، هدف گرا و اغلب از نوع برنامه های فعال در حوزه اوقات فراغت سالمندان است که چنانچه با طراحی و برنامه ریزی دقیق و همه جانبه نسبت به اجرا و توسعه آن در سطح کشور اقدام شود نتایج مطلوبی به دنبال خواهد داشت.

روش مطالعه: بدین منظور پرسشنامه های به صورت تصادفی بین سالمندان پارکهای عمومی شهرستان قزوین توزیع گردید و اطلاعات جامع با استفاده از آمار استنباطی غیر پارامتریک مورد ارزیابی قرار گرفت. علاوه بر آن از آزمون ضریب همبستگی نیز استفاده شد.

نتیجه و بحث: با عنایت به نتایج حاصل از پژوهش از میان برنامه های فراغتی سالمندان نمایش فیلم، برنامه های ورزشی و هنری بیشتری سهم را به خود اختصاص داده اند . نگرش سالمندان نسبت به ورزش بسیار مثبت ارزیابی شد چنانچه پرداختن به ورزشی را در سلامتی جسمی و روحی ، فرهنگی ، اجتماعی به نحو قابل توجهی موثر دانسته اند. همچنین تجهیز کلیه مراکز نگهداری سالمندان به تلویزیون ، رادیو و امکانات مناسب جهت نمایش دادن فیلمهای ویدئویی ورزشی و غیر ورزشی و کامل نمودن تاسیسات ورزشی و استفاده از نیروی انسانی متخصص در واحدهای فوق برنامه در بهینه کردن اهداف اوقات فراغت سالمندان بسیار مثر ثمر خواهد بود.

علی زارعی - مدرس دانشگاه کار
واحد شهر صنعتی البرز قزوین -
پست الکترونیکی:
ali_zareei1973@gmail.com
تلفن: ۰۲۸۱-۲۳۳۶۰۹۱
شهین قربانی

میزان استفاده سالمندان از انواع رسانه های جمعی و میزان رضایتمندی آنان از رسانه ها

- یا در مطالعه جدیدتری در شهر تهران ۹۸/۱ درصد مشارکت کنندگان گزارش کرده اند که در اوقات فراغت خود تلویزیون مشاهده می کنند.
- گزارشات مطالعات انجام شده در دنیا نیز میانگین آنست که تلویزیون بیشترین رسانه جمعی مورد استفاده از سالمندان می باشد.
- آنچه کمتر در مطالعات مورد توجه قرار گرفته است، میزان رضایتمندی سالمندان از برنامه های رسانه جمعی به ویژه تلویزیون و نیز ارتباط میزان تماشای تلویزیون با برخی متغیرهای اجتماعی-روانی در آنان مانند مشارکت اجتماعی، احساس تنهایی، امیدواری و ... است.

Leisure Spending Patterns and their Relationship with Mental Health in the Elderly in Iran



Seyedeh Mahboobeh Hosseinizade¹ , Maryam Tajvar² , Kianoosh Abdi³ , Parvaneh Esfahani⁴ , Babak Geravand⁵ ,
*Abolghasem Pourreza⁶

1. Social Determinants of Health Research Center, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran.
2. Department of Health Management and Economics, School of Public Health, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran.
3. Department of Rehabilitation Management, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran.
4. Department of Health care Services Management, School of Public Health, Zabol University of Medical Sciences, Zabol, Iran.
5. Department of Health Care Management, Faculty of Management and Accounting, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran.
6. Department of Health Education and Health Promotion, School of Public Health, Tehran University of Medical Sciences, Tehran, Iran.



Citation: Hosseinizade SM, Tajvar M, Abdi K, Esfahani P, Geravand B, Pourreza A. [Leisure Spending Patterns and their Relationship with Mental Health in the Elderly in Iran (Persian)]. *Iranian Journal of Ageing*. 2020; 15(3):366-379. <https://doi.org/10.32598/sija.15.3.2704.1>

<https://doi.org/10.32598/sija.15.3.2704.1>



Received: 07 May 2019

Accepted: 13 Jan 2020

Available Online: 01 Oct 2020

Key words:

Mental health, Leisure activities, Aged

ABSTRACT

Objectives: Older adults need vitality to survive. Entertainment and activity for the elderly creates a lively life, boost their self-esteem, and saves them from being inactive and unproductive, which will ultimately improve their mental health. This study aims was to determine the relationship between leisure spending patterns and mental health in the elderly

Methods & Materials: This descriptive-analytical study was carried out on 413 elderly people aged ≥ 60 years, who were selected using a cluster random sampling method from four districts of Tehran, Iran. Data were collected using the standard General Health Questionnaire, and a researcher-made Leisure Spending Scale. The collected data were analyzed in SPSS V. 21 software using descriptive statistics (frequency, standard deviation) and statistical tests including Spearman correlation test and regression analysis.

Results: The most frequent leisure activity was TV watching. There was a significant relationship between recreational and religious activities of elderly and their mental health ($P < 0.0001$). Among the confounding factors, physical health had the most impact.

Conclusion: Given the significant relationship of recreational and religious activities with the mental health of the elderly, planners should take the role of mosques, hosayniyas, and leisure facility providers such as municipalities, seriously. On the other hand, considering the impact of physical health on the relationship of leisure spending with mental health, it is necessary to provide opportunities to the elderly to participate in sports and recreational activities.

سوالات باقیمانده در زمینه میزان استفاده سالمندان از رسانه های جمعی

- روند تغییرات استفاده از تلویزیون، از موضوعاتی است که کمتر مورد توجه قرار گرفته است
- آنچه مسلم است با بازنشستگی میزان تماشای تلویزیون افزایش می یابد، همچنین افراد با سطح درآمد پایین تر و سطح سواد پایین تر بیشتر تلویزیون می بینند، اما این کاهش چگونه جبران می شود و با چه سرگرمی پر می شود؟
- رسانه های جمعی نوین و رسانه های اجتماعی چگونه جای خود را در بین سالمندان پیدا کرده است؟
- آیا سواد رسانه ای سالمندان کفایت استفاده از رسانه های جدید را دارد؟
- مهمترین موانع سالمندان در استفاده از رسانه های جدید کدامند و مهمترین مشکلات بالقوه استفاده از رسانه های جدید کدامند.
- لذا به نظر می رسد جای مطالعات اختصاصی میزان استفاده سالمندان از رسانه ها برای برنامه ریزی برای تولید برنامه های مناسب سالمندی خالی است

– تناسب برنامه های رسانه های جمعی یا نیازهای سالمندان

- کمبود برنامه های متناسب با نیازهای سالمندان از دیگر مسائل مهم موجود در رسانه ها می باشد. شناسایی نیازهای سالمندان و هدایت برنامه سازان به سوی توسعه برنامه هایی متناسب با این نیازها از مواد ضروری می باشد. رسانه های ویژه سالمندان نیز از موضوعات مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد.
- بر خلاف انتظار ما در مطالعه ای که در این زمینه انجام شده، مشخص شده است که استفاده بالا از رسانه های جمعی مثل رادیو و تلویزیون یک عامل خطر برای سلاکت روان سالمندان در دوران شیوع بیماری کوید ۱۹ بوده است که بیانگر عدم توجه کافی به شرایط سالمندان در رسانه های جمعی ایران می باشد و ضرورت انجام مطالعاتی بیشتر از این دست احساس می شود
- و یا در مطالعه ای مشخص شده است سالمندانی که خانواده هایشان بیشتر تلویزیون تماشا میکنند ، معتقدند که خانواده هایشان کمتر به جایگاه اجتماعی آنان توجه دارند و کمتر مورد توجه فرزندانشان هستند.

Psychological Effect of Media Use on Mental Health of Older Adults during the COVID-19 Pandemic



Mozhgan Negarestani¹ , Vahid Rashedi² , Marzieh Mohamadzadeh³ , *Vahidreza Borhaninejad^{1,4} 

1. Social Determinants of Health Research Center, Institute for Futures Studies in Health, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran.
2. School of Behavioral Sciences and Mental Health (Tehran Institute of Psychiatry), Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran.
3. Mane and Semelghan Health Center, North Khorasan University of Medical Science, Bojnurd, Iran.
4. Neuroscience Research Center, Institute of Neuropharmacology, Kerman University of Medical Sciences, Kerman, Iran.

Use your device to scan
and read this article online.



Citation: Negarestani M, Rashedi V, Mohamadzadeh M, Borhaninejad V. [Mental Health of Older Adults in the COVID-19 Pandemic: The Role of Media Exposure: A Cross-Sectional Study (Persian)]. *Iranian Journal of Ageing*. 2021; 16(1):74-85. <https://doi.org/10.32598/sija.16.1.1116.6>

 <https://doi.org/10.32598/sija.16.1.1116.6>



Received: 11 Sep 2020

Accepted: 29 Dec 2020

Available Online: 01 Apr 2021

Key words:

Mental health, Older adults, COVID-19, Media

ABSTRACT

Objectives: Low media literacy and exposure to media-produced content during the Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) pandemic can affect the health of people in the community. This study aims to investigate the psychological effects of media use on the mental health of community-dwelling older adults.

Methods & Materials: In this descriptive-analytical study with a cross-sectional design, 200 elderly people aged ≥ 60 years participated who were selected from daycare rehabilitation centers and retirement centers in Kerman, Iran in 2020 using a convenience sampling method. Data were collected using a demographic form (Surveying age, gender, education, occupation, marital status, income, and media use), and the 12-item General Health Questionnaire.

Results: The mean age of participants was 66.60 ± 5.08 years. More than three-quarters of them were following the latest COVID-19 news via media (Local radio and television). Most of them (77.4%) had poor mental health status. Higher educational level ($P < 0.001$), employment ($p = 0.003$), and low frequency of media use ($P < 0.001$) were the protective factors against poor mental health. High-frequency media use was a risk factor for the mental health of older adults during the COVID-19 outbreak.

Conclusion: The mental health of community-dwelling older adults during the COVID-19 pandemic is affected by media use and its frequency. It is recommended that older adults should avoid following the latest COVID-19 news, especially those from unreliable sources. Moreover, media managers should have more control over the news related to the COVID-19.

جایگاه اجتماعی سالمندان در خانواده با تأکید بر نقش تلویزیون: بررسی دیدگاه‌های سالمندان تهرانی

طاهره جعفری^۴

محمد صادق مهدوی^{۵۵}

محمد باقر ساروخانی^{۶۶۶}

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۲/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۶/۱۲

چکیده

مطالعه حاضر با هدف کنکاش نقش تلویزیون در تغییر جایگاه اجتماعی سالمندان در شهر تهران به روش کیفی صورت گرفته است. جامعه آماری این مطالعه، سالمندان بوده‌اند و پژوهشگر با سی نفر از سالمندان مصاحبه‌هایی انجام داده که طول زمانی آنها به طور متوسط بیش از یک ساعت است. این مقاله حاوی مهم‌ترین نتایج حاصل از این تحقیق است. سؤال اصلی تحقیق، عبارت است از اینکه سالمندان تهرانی برای خود در خانواده‌شان چه جایگاهی قائلند؟ آنها نقش تلویزیون را در این جایگاه چگونه تبیین می‌کنند؟ نتایج به‌دست آمده از مصاحبه عمیق با سالمندان تهرانی‌ای که با روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند، حاکی از این است که سالمندان در حیطه جایگاه اجتماعی، اقتصادی و جسمی‌شان، تا حدی از خانواده‌ها ابراز یأس کرده‌اند و در حیطه علت کاهش منزلت سالمندان، مقوله مهم کم‌رنگ شدن ارزش‌های دینی و فرهنگی خودنمایی می‌کند. عده کمی از سالمندان برای خودشان در خانواده جایگاه محوری قائل بودند و عده بیشتری معتقد بودند از احترامی که استحقاق آن را دارند، برخوردار نیستند و در خانواده جایگاهی حاشیه‌ای دارند. همچنین سالمندانی که خانواده‌هایشان زیاد تلویزیون یا ماهواره می‌بینند، معتقدند کمتر مورد توجه فرزندان‌شان هستند. در زمینه نقش رسانه در جایگاه سالمندان نیز مهم‌ترین مقوله‌ها نشان می‌دهد که عملکرد تلویزیون در «برنامه‌سازی» و «ارائه الگو به منظور ارتقای منزلت سالمندان» ضعیف بوده است. همچنین در زمینه مهم‌ترین دلایل سپردن سالمندان به مراکز نگهداری، مشارکت‌کنندگان ابراز کرده‌اند که ناسپاسی فرزندان و مشکلات اقتصادی آنها مهم‌ترین دلایل هستند. سالمندان



The Role of Media in Predicting Older Adults' Own Age-Related Communication and Successful Aging

Quinten S. Bernhold

School of Communication Studies, University of Tennessee, Knoxville

ABSTRACT

Maximizing experiences of successful aging is one important public policy goal given the large number of Baby Boomers aging into older adulthood. Using the communicative ecology model of successful aging, this study examined how older adults' experiences with various media predict their own age-related communication patterns and successful aging. Older adults were classified into unfavorable, neutral, and favorable portrayals of aging profiles based on their assessments of how positively specific media genres depict the aging process. They were also classified as engaged, bantering, and disengaged agers based on their own age-related communication patterns. Participants in the unfavorable and neutral media profiles were most likely to be engaged agers; participants in the favorable media profile were most likely to be bantering agers. Relative to participants in the favorable media profile, participants in the unfavorable and neutral media profiles demonstrated greater realization of successful aging, via higher aging efficacy. Results suggest the merit of future research examining how participants in the favorable portrayals of aging profile may be engaging in upward social comparisons with older characters in the media to the detriment of their own well-being.

البته این مسئله در دنیا نیز کم و بیش وجود دارد و در مطالعه ای مشخص شد شرکت کنندگان در پروفایل های رسانه ای نامطلوب و خنثی، از طریق کارآیی بالاتر پیری، درک بیشتری از پیری موفق نشان دادند.

مجله سالمندی | شنبه‌ها از ساعت ۱۵:۰۰ به مدت ۶۰ دقیقه

سالمندان از گروه‌های آسیب پذیر هستند با توجه به رفتارهای ارتقاء دهنده سلامت، به صورت آگاهانه و هوشمندانه می‌توان با این مشکلات برخورد کرد و ضمن توانمند سازی آنان از بسیاری از موارد پیشگیری کرد.

در این برنامه به موضوعات زیر پرداخته می‌شود: -سالمندی بهنجار -مراقبت پیشگیرانه در دوره سالمندی -راههای کنترل و پیشگیری از بیماری های شایع در دوره سالمندی -محدودیت های فیزیکی ناشی از دوران سالمندی -تغذیه در دوران سالمندی -ورزش های سالمندی با حضور کارشناسان طب سالمندی



پوکی استخوان



📺 ۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۱

با حضور دکتر راحله علیمرادزاده (متخصص طب سالمندی)

بی اختیاری ادرار



📺 ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۱

با حضور دکتر نیک صولت (متخصص طب سالمندی)

سالمندی پویا



📺 ۳ اردیبهشت ۱۴۰۱

با حضور دکتر دلیری (متخصص طب سالمندی)

سقوط در سالمندان



📺 ۲۷ فروردین ۱۴۰۱

نقش رسانه های جمعی در ارتقاء سبک زندگی و سلامت سالمندان

- سبک زندگی به عنوان یکی از مفاهیم علوم اجتماعی موثر بر سلامتی مطرح است که در دوران سالمندی دچار یک بحران می شود و تقابل سنت و مدرنیته در این زمینه دیده می شود.
- اهمیت نقش رسانه ها در کاهش این تعارض و انتخاب یک سبک زندگی سالم توسط سالمندان غیر قابل انکار است.

نقش رسانه های جمعی در ارتقاء سبک زندگی و سلامت سالمندان

- نظریات متفاوتی می تواند رابطه میان رسانه و سبک زندگی را تبیین کنند.
- نظریه کاشت (Cultivation Theory): گربنر و همکارانش رسانه ها را عاملی می دانند که بر روی نگرش ها، ارزش ها و باورهای بینندگان در خصوص جهان اجتماعی تاثیر می گذارد و بر جهان بینی مخاطبان تاثیر می گذارد. به تعبیر نظریه کاشت، مصرف زیاد رسانه ها بر کاشت سبک زندگی خاصی در بین مصرف کنندگان منجر می شود.
- نظریه برجسته سازی (Agenda-setting Theory): مدعی تاثیر رسانه ها بر شناخت و نگرش مردم و تبیین اولویت ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته سازی موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. یعنی رسانه ها با برجسته کردن برخی موضوعات و رویدادها، بر آگاهی مردم تاثیر می گذارند گرچه نمی توانند تعیین کنند مردم چگونه بیاندهند، اما می توانند تعیین کنند درباره چه بیاندهند. در واقع رسانه ها بطور قابل توجهی اهمیت موضوعات را تعیین می کنند. لذا بر این اساس رسانه ها می توانند با برجسته کردن سبک زندگی خاصی آن را در اولویت قرار دهند.
- نظریه یادگیری اجتماعی (Social Learning Theory): مدعی است یادگیری از طریق مشاهده رخ می دهد. براساس این نظریه انسان ها از راه مشاهده اعمال دیگران، یاد می گیرند. این نظریه رایجترین نظریه در این زمینه می باشد.

نقش رسانه های جمعی در ارتقاء سبک زندگی و سلامت سالمندان

- مطالعات انجام شده در زمینه نقش رسانه ها در انتخاب سبک زندگی در دوران سالمندی بسیار کم است. مطالعه ای که توسط خالقی محمدی و ... اخیرا به چاپ رسیده است بیانگر آنست که رسانه در پیشگیری از بیماری و سوانح، تغذیه سالم و روابط اجتماعی و بین فردی سالمندان موثر بوده است اما درمورد فعالیت های تفریحی، جسمی و سرگرمی و مدیریت تنش موثر نبوده است. در مجموع مطالعات بیانگر آنست رسانه ها در انتخاب آن بخش از سبک زندگی که مستلزم فعالیت است کمتر موثر هستند.

جایگاه رسانه در تغییر سبک زندگی سالمندان

● حمیده خالقی محمدی^۱، صدیقه بیران^۲

چکیده

بنابر آمار سازمان ملل متحد، تعداد سالمندان تا سال ۲۰۵۰ بیش از دو برابر می‌شود و از ۸۴۱ میلیون نفر به ۲ میلیارد نفر می‌رسد. از جمله مسائل مهمی که در دوره سالمندی نیز مطرح است سبک زندگی است. محققان در این پژوهش از مدل بومی استاندارد داخلی موجود در خصوص سبک زندگی سالمندان استفاده کردند که دارای ۵ بُعد پیش‌گیری؛ فعالیت‌های جسمی، تفریحی، سرگرمی و ورزشی؛ تغذیه سالم؛ مدیریت تنش و روابط اجتماعی و بین‌فردی است. در این پژوهش، از دو راهکار هم‌بستگی و توصیفی از نوع پیمایشی استفاده شد. جامعه آماری تمام شهروندان تهرانی با حداقل ۶۰ سال سن هستند. نتایج نشان داد که رسانه‌ها در ابعاد پیش‌گیری، تغذیه سالم و روابط اجتماعی و بین‌فردی نقش دارند؛ در حالی که بر ابعاد فعالیت‌های جسمی، تفریحی، سرگرمی و ورزشی و مدیریت تنش تأثیر معناداری ندارند.

واژگان کلیدی

رسانه، سالمندان، سبک زندگی، کیفیت زندگی.

Mass Media and Healthy Aging

Laurie A. Wadsworth, PhD, PDt, FDC

Christine P. Johnson, MScAHN, PDt

ABSTRACT. Health effects associated with media use have largely focused on children and youth with little attention paid to adults, particularly older adults. However, adults aged 60 years and older report heavy television viewing, and unique health education challenges will be faced as the technically savvy baby-boomer cohort ages. Media health effects relevant to older adults include an established causative link with adiposity and correlations to increased risk of chronic disease, reduced physical activity, and undesirable food choice behaviors. Advertising has targeted older adults as a key market segment promoting anti-aging and health related products, with potential negative body image impacts. Implications for health practitioners and research are discussed in the context of these consequences.

KEYWORDS. Aging, mass media, media health effects, television

مفهوم و تصاویر ارائه شده از سالمندی در رسانه ها

- آنچه مسلم است رسانه ها علیرغم اثرات مثبتی که بر روی سالمندان دارند نمی توانند خالی از اثرات منفی باشند، از جمله این مشکلات تصویر است که رسانه ها از سالمندی ارائه می کنند. مطالعات انجام شده در زمینه محتوای رسانه ها و تصویری که از سالمندی ارائه می دهند نیز محدود می باشد. دو مطالعه ای که در ایران انجام شده یکی به محتوای کتابهای درسی پرداخته شده و دیگری سینما
- که در مطالعه اول مشخص گردید که تصویری که کتابهای درسی از سالمندی ارائه می دهد تصویری متناسب و مثبت می باشد در حالی که برخی مضامین نامناسب نیز وجود دارد. اما بررسی بر روی سینما بیانگر آن بود که در فیلم های سینمایی ایران در ۳ دهه اخیر، بازنمایی نقش سالمندان همراه با تبعیض سنی بوده و کلیشه های منفی نیست به مثبت و خنثی بیشتر بوده است. به همین شکل مطالعات در دنیا نیز بیانگر آنست که ارائه تصویری از افراد به عنوان افرادی غمگین، ناتوان و غیر فعال در رسانه ها دیده می شود.

Research Paper**A Content Analysis of the Concepts and Images of the Physical Aging Primary School Textbooks in Iran**Zahra Eftekhari¹, *Farhad Nosrati Nejad², Robab Sahhaf³, Nosaybeh Zanjari³

1. Department of Social Welfare, Student Research Committee, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran.
2. Department of Social Welfare, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran.
3. Iranian Research Center on Ageing, University of Social Welfare and Rehabilitation Sciences, Tehran, Iran.



Citation: Eftekhari Z, Nosrati Nejad F, Sahhaf R, Zanjari N. [A Content Analysis of the Concepts and Images of the Physical Aging Primary School Textbooks in Iran (Persian)]. *Iranian Journal of Ageing*. 2018; 13(2):154-167. <https://doi.org/10.32598/SJIA.13.2.154>

doi: <https://doi.org/10.32598/SJIA.13.2.154>

Received: 27 Aug 2017

Accepted: 06 Jan 2018

ABSTRACT

Objectives This study has two purposes. The first purpose is to analyze the concept of old age in the textbooks of the primary schools after the Islamic Revolution (1979). The second purpose is to study the type of images used in these textbooks to depict the elderly people in physical terms.

Methods & Materials This research is a descriptive Research to analyze the content of the books. The data is collected from a statistical population of all the primary schools' textbooks used after the Islamic Revolution. Of them, the ones which were taught in 1979, 1996, 2006, and 2015 were selected as the samples because these books were subject to change in those years. The context units were Lessens and of analysis was the contents and pictures in which the concept of old age is presented.

Results The findings of this research show that the textbooks depict aged people as those with wrinkles (52.1%), grey or white hair (44.4%), upright stature (57%), and maintain good physical health (43%). These older adults are healthy (73.2%) and independents (72.5%). Most of them (64.1) never used any health-care aids, and in case of health care tools, only spectacles are depicted.

Conclusion The results showed that the textbooks depict a positive image of the physical health of the older people. The picture in the textbooks shows elders' natural status and their physical conditions in the old age. It is interesting to mention that during the first year post the Islamic Revolution, the illustrations showed the older adults as young. It's natural considering the rise of maximum life expectancy in the recent decades, and it also reflects the realities of old age.

Key words:

Old age, Textbooks, Content, Concept and image analysis, Elementary school, Iran

Representation of the Elderly portray in Iranian Cinema During the Last 3 Decades (1989-2018)

Amiriv Z¹, Zanjari N^{2*}, Fadayevatan R³, Aghaei A⁴

1- Master student of Ageing and Health, University of Social Welfare and Rehabilitation, Tehran, Iran.

2- Assistant Professor, Research Center on Ageing- University of Social Welfare and Rehabilitation, Tehran, Iran.

3- Associate Professor-Faculty of Ageing and health, University of Social Welfare and Rehabilitation, Tehran, Iran.

4- Assistant Professor, Faculty of Social Sciences, University of Tehran. Tehran, Iran.

Corresponding author: Zanjari N, Assistant Professor, Research Center on Ageing- University of Social Welfare and Rehabilitation, Tehran, Iran.

Email: na.zanjari@uswr.ac.ir

Received: 21 June 2021

Accepted: 11 Aug 2021

Abstract

Introduction: One of the most important factors to increase life satisfaction among the elderly is reducing ageism. Ageism in the society maybe observed and explored in various institutions. One of the sources for search about ageism is media and specially cinema. Therefore, the purpose of this study is representing the elderly role's characteristics in the Iranian movies during the last 3 Decades (1989-2018).

Methods: The method of this study is quantitative content analysis and the sample includes 65 elderly roles from 41 films focusing on the elderly, which were selected by purposive sampling of Iranian movies in the last 3 Decade. The data collection tool in this study was Magoffin checklist for Older Characters in Movies. Descriptive statistics of frequency and percentage were used to describe the characteristics of the elderly's role and Chi-square test was used in SPSS software version 23 to analyze the relationships.

Results: In the examined films, the majority of the elderly who were shown were young old (52.3 Percentage) male (72.3 Percentage) and of Persian ethnicity (89.2 Percentage). The genre of most of the movies (44 Percentage) was drama and most of the elderly played a minor role (49.2 Percentage). But the elderly characteristics were active and independent (55.4 Percentage); but in general, most of the stereotypes were related to the elderly (58.5 Percentage) and only 32.3 Percentage of the stereotypes were positively represented. Negative stereotypes were more common in older men (59.6 Percentage) than older women, and older women were more represented with positive stereotypes (38.9 Percentage); But this difference was not statistically significant ($P < 0.05$). The most common age stereotypes in the last 3 Decades have been John Wayne conservative (positive) and Despondent (negative) age stereotypes. Although the trend of changes in stereotypes in the last 3 Decades was positive, has not been statistically significant ($P < 0.05$).

Conclusions: The results showed that the representation of the role of the elderly in Iranian movies during the last 3 Decades portrayed ageism and negative stereotypes more than positive and neutral stereotypes and in the recent years there has been no significant change.

Keywords: Elderly, Ageism, Media.

Aging and the Media: Yesterday, Today, and Tomorrow

Kim Vickers

California State University, Chico

Abstract

This paper describes the influence the media have on people and how it effects their view of the elderly. It describes aspects of the American media from the 1970s through today and discusses the changes that have occurred. Specific examples drawn from television, advertising, entertainment, and music are used to demonstrate how the media change audience perceptions and what must be done to improve perceptions of and attitudes toward elderly people today.

© 2007 Californian Journal of Health Promotion. All rights reserved.

Keywords: Aging, media, elderly, stereotypes

از توجه شما سپاسگزارم

