

## بررسی تجربه سالمندان در رسانه‌های اجتماعی با رویکرد تحلیل مضمون<sup>۱</sup>

لیلا علوی<sup>۲</sup>؛ فاطمه رهنما<sup>۳</sup>

تاریخ ارسال: ۱۴۰۰/۱۱/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹

### چکیده

رشد سریع جمعیت سالمند در جهان، اهمیت مطالعات سالمندی را دوچندان کرده است. همچنین، ارتباط رسانه‌های اجتماعی آنلاین و زندگی روزمره گروه‌های مختلف شهروندان، موضوعی است که مورد توجه محققان قرار گرفته است. مطالعه عمیق تجربیات سالمندان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین و معانی و احساسات حاصل از استفاده از این شبکه‌ها، هدف این پژوهش است. درک، توصیف و تفسیر تجربه سالمندان در مطالعات اجتماعی، با بهره‌گیری از روش‌های کیفی، ممکن است. لذا در این مطالعه، روش تحلیل مضمون در طراحی مطالعه، جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها انتخاب شده است. ده سالمند در نمونه‌گیری هدفمند، برای مصاحبه انتخاب شدند. مفاهیم و مقولات در سه محور شناسایی شدند: ۱- محرک‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین (مهارت کار با کامپیوتر و اینترنت، اقتضای شغلی، مهاجرت اعضای خانواده، عقب نیفتادن از دیگران، فراگیر شدن و کارایی گوشی هوشمند)؛ ۲- دلایل ادامه استفاده از آنها (توان بدنی کمتر و اوقات فراغت بیشتر، حفظ ارتباطات و پیگیری اخبار و اطلاعات به عنوان سرگرمی)؛ ۳- معانی و تجربیات حاصل از شبکه‌های اجتماعی (حس مثبت، حس منفی، نگرانی، وابستگی، خودکنترلی و امور خیریه).

### واژه‌های کلیدی

سالمندی، رسانه، شبکه‌های اجتماعی آنلاین، تحلیل مضمون.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره)، قزوین، ایران  
l.alavi@soc.ikiu.ac.ir (نویسنده مسئول).

۳. دانشجوی دکتری گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.  
fatima\_rahnama@yahoo.com

## مقدمه

جمعیت جهان و نیز ایران به سرعت در حال پیر شدن است. در حال حاضر، هر ساله دو و نیم درصد بر تعداد افراد ۶۵ ساله و بیشتر افزوده می‌شود، در حالی که رشد افزایش جمعیت جهان تنها ۱/۶ درصد است. براساس گزارش مرکز آمار، جمعیت کل کشور در سال ۱۳۹۵ برابر ۷۹ میلیون و ۹۲۶ هزار و ۲۷۰ نفر بوده است، که هفت میلیون و ۴۱۴ هزار و ۹۱ نفر را جمعیت ۶۰ ساله و بیشتر تشکیل می‌دهند. به عبارت دیگر ۹.۳ درصد جمعیت کشور سالمندند، که بیش از نیمی از آنان (تقریباً ۵۴ درصد) بیسواد هستند؛ یعنی در زندگی روزمره، نمی‌توانند متن ساده‌ای را با فهم بخوانند و بنویسند (جمعیت به تفکیک گروه‌های سنی، ۱۳۹۵). همانگونه که افراد سالخورده می‌شوند، ظرفیت‌های فیزیکی آنها تحلیل می‌رود، تحرک کمتری خواهند داشت و زمان پاسخ و واکنش آنها بسیار کندتر خواهد شد. محدودیت حرکتی غالباً به مشارکت کمتر در فعالیت‌های اجتماعی منجر خواهد شد، که احساس تنهایی را بیشتر می‌کند و رضایت از زندگی را کاهش می‌دهد (Coto et al., ۲۰۱۷).

پژوهشگران معتقدند سلامت و آسایش جمعیت سالمند، تا حد زیادی به ارتباطات اجتماعی و عاطفی با اعضای خانواده و دوستان بستگی دارد (Cornejo et al., 2013; Erickson, 2011; Gilbert & Karahalios, 2009). تحقیقات اخیر به درک نقش تکنولوژی در کمک به سالمندان برای حفظ این پیوندهای اجتماعی پرداخته‌اند. از نظر این تحقیقات تکنولوژی می‌تواند کیفیت زندگی سالمندان را، با کاهش حس انزوا، ارتقا دهد؛ در آسایش روانشناختی و حس توانمندی آنان دخیل باشد، و از ارتباطات آنان، صرف نظر از زمان و مکان، پشتیبانی کند. همانگونه که (Hawkley & Cacioppo, 2007) بحث می‌کنند، یافتن شیوه‌هایی جهت پشتیبانی از سالمندان در استقرار و حفظ ارتباطات اجتماعی باید از اولویت‌های بخش سلامت عمومی باشد. سالمندان سریع‌ترین رشد را در جمعیت جهان دارند و توجه به نیازهای اجتماعی آنان از اهمیت زیادی برخوردار است.

امروزه اینترنت غالباً برای برقراری ارتباط و اهداف اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرد. تا همین اواخر، جوانان، شرکت‌کنندگان اصلی در این پدیده بوده و حضور بزرگسالان و به‌ویژه سالمندان در اینترنت، بالاخص شبکه‌های اجتماعی، بسیار

کمرنگ بوده است؛ روندی که در سال‌های اخیر تغییر نموده (Pfeil, 2007)، و ظهور گوشی‌های هوشمند سبب افزایش نرخ حضور سالمندان در شبکه‌های اجتماعی مجازی شده است. در ایران نیز هرچند نگارنده در جست‌وجوهای خود نتوانست به آماری از میزان حضور سالمندان در شبکه‌های اجتماعی دست یابد، و به طور دقیق نمی‌دانیم چند درصد از سالمندان در شبکه‌های مجازی حضور دارند، اما می‌دانیم که در سال ۱۳۹۶ ضریب نفوذ موبایل (که الزاماً گوشی هوشمند نیستند) در گروه سنی ۵۰ تا ۷۴ سال حدود ۸۲.۲ درصد و در گروه سنی ۷۵ سال و بیشتر ۵۰ درصد بوده است و ضریب نفوذ اینترنت در گروه سنی ۵۰ تا ۷۴ سال حدود ۳۷.۶ درصد و در گروه سنی ۷۵ سال و بیشتر، ۱۱.۸ درصد اعلام شده است (وضعیت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران از منظر آمار و ارقام در سال ۹۸، ۱۳۹۸).

ارتباط انواع مختلف رسانه‌ها و زندگی روزمره یکی از موضوعات موردعلاقه محققان بوده است. در پژوهشی، اعتقاد بر این است که هر رسانه جدیدی از ساعت و اختراع تلگراف گرفته تا رادیو و تلویزیون در زندگی روزمره مردم درهم‌تنیده شده‌اند و با مداخله در الگوهای فضایی-زمانی زندگی مردم، فضاها و فرهنگ‌های جدیدی خلق کرده‌اند. به اعتقاد آنها، خروج کامپیوترها از مراکز صنعتی و تحقیقاتی و ورود آن به خانه‌ها، باعث تشدید این روند بوده است (Lehtinen et al., 2009). در حال حاضر می‌توان این ایده را به رسانه‌های اجتماعی گسترش داد، رسانه‌هایی که تعداد بالایی از کاربران را در سراسر دنیا جذب کرده و با موبایلی شدن اینترنت، سرعت و شدت عین شدن آن در زندگی روزمره مردم افزایش یافته است.

از سویی، خلأ تحقیقاتی و عدم درک روشن از پدیده رسانه‌های اجتماعی در زندگی سالمندان در جامعه ما، پژوهشگر را به انجام این تحقیق ترغیب نمود؛ و از آن‌جا که تبیین و کشف و درک این تجربه مستلزم مطالعات عمیق کیفی است، مطالعه با رویکردی عمقی و نه تعمیمی، برای فهم تجربه زندگی در رسانه‌های اجتماعی در سالمندان ایرانی صورت گرفت. همان‌طور که پیشتر گفته شد، هدف این مطالعه توضیح مؤثر دلایل استفاده سالمندان از شبکه‌های اجتماعی است و تلاش می‌کند

۱. نتایج آمارگیری برخورداری خانوارها و استفاده افراد از فناوری اطلاعات که توسط مرکز آمار تهیه شده (۱۳۹۶) و سازمان فناوری اطلاعات آن را منتشر کرده است (۱۳۹۷).

تا انگیزه‌های استفاده سالمندان از فعالیت‌های تعاملی در شبکه‌های اجتماعی را توضیح دهد. در این راستا، در پی پاسخ به سوالات تحقیقی ذیل هستیم:

۱. چه تجربیات خاصی سالمندان را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین ترغیب کرده است؟
۲. مهم‌ترین تجارب استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین، که سبب می‌شود سالمندان به استفاده از آن ادامه دهند، کدام است؟
۳. چه نوع معانی، احساسات و تجربیاتی در استفاده سالمندان از شبکه‌های اجتماعی حاصل می‌شوند؟

### ادبیات نظری

با توجه به فلسفه هدایت‌کننده این پژوهش، قبل از شروع بررسی یک جست‌وجو در متون مربوط به «سالمندان و رسانه‌های اجتماعی» صورت پذیرفت، که البته خروجی این جست‌وجو صرفاً منابع خارجی را شامل می‌شد. بنابراین، جست‌وجو بدون واژه کلیدی «سالمندان» ادامه پیدا کرد تا تصویری کلی از زندگی روزمره ایرانیان در رسانه‌های اجتماعی به دست آید. در ادامه به دو مطالعه، با موضوعات زندگی روزمره ایرانیان در تلگرام، و سالمندان و رسانه‌های اجتماعی اشاره می‌شود.

در مطالعه‌ای به شناخت و تحلیل زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام پرداخته شده است. پژوهشگر با استفاده از تلفیقی از روش‌های مشاهده مشارکتی و مصاحبه کیفی، به تحلیل زندگی روزمره کاربران ایرانی در تلگرام پرداخته است. بر اساس یافته‌های تحقیق مذکور، عناصر معرفی‌شده توسط شوتس برای زیست جهان را برای تلگرام می‌توان در نظر گرفت؛ مفهوم زمان در تلگرام تغییر کرده است و همچنین «تو-جهت» و «ما-رابطه»ها ساده‌تر شکل می‌گیرد. تلگرام بخشی از جهان بالقوه فرد را به جهان بالفعل تبدیل کرده است و دایره همقطاران را نیز گسترانیده است. به‌علاوه، تلگرام باعث تغییر سطوح مختلف موقعیت‌ها براساس میزان ربط شده و موقعیت‌ها با میزان ربط کم را به موقعیت‌های مربوط تبدیل کرده است. این امر خود به پیشروی آرام مردم عادی منجر شده که نوعی از مقاومت است (کرمانی، ۲۰۱۷).

مقاله «رسانه‌های اجتماعی و افراد سالمند: روندهای تحقیقی»، برای رسیدن به ترندهای تحقیقی، ۳۶ مقاله را مورد مطالعه قرار داده است. طبق نظر نویسندگان مقاله «در دهه گذشته، شمار فزاینده‌ای از انتشارات علمی، ایده‌ها و روش‌شناسی‌های جدیدی را در باب این که چگونه رسانه‌های اجتماعی می‌توانند کیفیت زندگی سالمندان را ارتقا دهند، مطرح کرده‌اند. این مقاله در تحلیل سیستماتیک خود از مطالعات انجام شده در حوزه سالمندان و رسانه‌های اجتماعی، روی موضوعاتی چون رویکرد تحقیق، روش جمع‌آوری داده، حوزه تحقیق، اهداف و نتایج متمرکز بوده، و براساس یافته‌های این پژوهش، در حال حاضر هیچ رویکرد پژوهشی غالبی برای این موضوع تحقیق وجود ندارد؛ نمونه معمولاً بسیار کوچک است و پرسشنامه، رایج‌ترین شیوه جمع‌آوری داده است. بیشتر تلاش محققین روی جنبه‌های طراحی، تعامل سالمندان با رسانه‌های اجتماعی و چگونگی تأثیرپذیری زندگی‌شان از آن متمرکز بوده است. نکته جالبی که محققان به آن اشاره داشتند، رویکرد غیررسمی مقالات برای گزارش نتایج بود؛ بنا به این گزارش، بسیاری از مقالات رسانه اجتماعی یا سالمند را تعریف نکرده بودند (Coto et al., 2017).

سالمندان عموماً گروهی تلقی می‌شوند که بیشترین اکراه را در استفاده از اینترنت دارند و مفهوم شکاف دیجیتال نقره‌ای<sup>۲</sup> به همین تمایز اشاره دارد. برای مثال در مطالعه‌ای، سالمندان آمریکایی را افرادی با بی‌اعتمادی شدیدی به اینترنت و کسانی که علاقه کمی به هرچیزی دارند که اینترنت ارائه می‌دهد، معرفی می‌کنند (Baugess, 2015; Lenhart, 2009). البته نگرش منفی سالمندان به اینترنت با موانع گوناگونی که در راه استفاده از اینترنت وجود دارد، تقویت شده است؛ موانعی مانند ترس از تکنولوژی، محدودیت‌های فیزیکی (مانند تحرک محدود به سبب روند طبیعی سالمندی) و مهارت‌های ناکافی کامپیوتری (Trochia & Janda, 2000)، که البته به این موارد باید دو مورد مهم‌تر سواد خواندن و نوشتن، دانستن حداقلی از زبان انگلیسی (در حد خوانش حروف الفبای انگلیسی) برای سالمندان ایرانی را اضافه کرد. لازم به ذکر است که نقش محدودیت حرکتی در استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی آنلاین، دوگانه و گاهی متناقض بحث

1. informal approach
2. Silver Digital Divide

شده است؛ محدودیت حرکتی سالمندان ممکن است مانع استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی شود، در مقابل، برخی افراد قادرند با وجود موضوعات مربوط به تحرک که آنها را به خانه محدود می‌کنند، از اینترنت و سایت‌ها و اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی برای اجتماعی شدن استفاده کنند. مطالعات متعددی بیان می‌کنند با وجود کاربران جوانتر اینترنت، بزرگسالان مسن‌تر اعتماد کافی به توانایی‌های خود در استفاده از تکنولوژی ندارند، به پشتیبانی فنی بیشتری نیاز دارند و آنها به اینترنت یا اطلاعات فراهم شده از طریق آن اعتماد هم ندارند. برخی سالمندان عقاید ویژه‌ای راجع به شبکه‌های اجتماعی آنلاین دارند و تماس چهره به چهره را ترجیح داده و اینترنت را سرد و بی روح تلقی می‌کنند (Lee et al., 2011; Lehtinen et al., 2009). اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی ممکن است از نظر سالمندان احمقانه و نوعی سبکسری تلقی شوند (Lehtinen et al., 2009). افراد مسن راجع به خجالت‌زده شدن خود در عرصه عمومی حین استفاده از اپلیکیشن‌های شبکه‌های اجتماعی نیز نگران هستند (Gibson et al., 2010). طبق گزارش Bloch و (Bruce 2011)، سالمندان فکر می‌کنند سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مبتذل و پیش‌پاافتاده و نوعی ائتلاف وقت هستند (Bloch & Bruce, 2011). برخی سالمندان به سوی شبکه‌های اجتماعی آنلاین خیز برداشته‌اند و برخی نیز خیر. این تناقض، نشان از تنوع این گروه است. تأثیرات شناختی و فیزیکی زبان‌بار سالخوردگی بین افراد به میزان زیادی متغیر هستند، و گروهی ناهمگون با نیازهای گوناگون را به دست می‌دهند.

در مطالعه‌ای این سؤال طرح شده است که آیا سالمندان می‌توانند به شبکه‌های اجتماعی آنلاین دسترسی داشته باشند یا خیر. دسترسی سالمندان به اینترنت کافی نیست، آنها باید بتوانند از مزایای شکل‌های گوناگون ارتباط و فعالیت‌های اجتماعی که اینترنت ارائه می‌دهد، منتفع شوند. در این مطالعه بررسی شد که چگونه سالمندان به صورت آنلاین ارتباط برقرار می‌کنند و چگونه به بهترین شکل ارتباط و فعالیت اجتماعی آنان تسهیل می‌شود (Pfeil, 2007). مطالعات متعددی مزایای شبکه‌های اجتماعی آنلاین برای سالمندان را بیان کرده‌اند. معمول‌ترین مزایای این‌گونه ارتباطات «آسوده شدن از افسردگی، استرس و به طور کلی رضایت بیشتر از زندگی از طریق حمایت اجتماعی بیشتر» هستند

(Baugess, 2015). رسانه‌های اجتماعی می‌توانند برای سالمندانی مفیدتر باشند که محدودیت حرکتی دارند و نیز برای کسانی که دیگر به لحاظ جغرافیایی به اعضای خانواده و دوستان نزدیک نیستند، چون این رسانه‌ها صرف نظر از زمان و مکان به حفظ پیوندهای اجتماعی کمک می‌کنند که در غیر این صورت حفاظت از آنها مشکل خواهد بود (Nef et al., 2013). گذشته از این، جمعیت سالمند اخیراً اشتیاق خاصی به اتخاذ ابزارهای شبکه‌ای جدید نشان داده است، ابزارهایی که آنان را قادر می‌سازند در شبکه‌های فزاینده‌ای از مخاطبان «پیوندها، عکس‌ها، ویدئوها، اخبار و به‌روزرسانی‌های وضعیت» را به اشتراک گذارند و متعاقباً فرصت‌ها و مهارت‌های خود را برای برقراری ارتباط، جست‌وجوی اطلاعات، به اشتراک‌گذاری دانش و ساخت ارتباط ارتقا دهند (Coto et al., 2017).

در چندین مطالعه نیز موانع پیش روی سالمندان در استفاده از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بررسی شده‌اند (Bloch & Bruce, 2011; Gibson et al., 2010; Lenhart, 2009). این مطالعات نشان داد بسیاری از سالمندان ارزش یا کاربرد شبکه‌های اجتماعی را نمی‌دانند و نمی‌بینند، آنها این سایت‌ها را برای روابط دوستانه خود سطحی و نامناسب قلمداد می‌کنند. و نیز بسیاری از نگرانی‌های سالمندان به حریم خصوصی مربوط است. سالمندان از سرقت هویت هراس داشته و دوست دارند بدقت بدانند چه مقدار از هویت آنها در معرض دید همگان قرار می‌گیرد. بررسی دیگری در ایرلند نشان داد دلایل اولیه سالمندان در عدم استفاده از شبکه‌های اجتماعی به نگرانی‌های حریم خصوصی مربوط است (Prieto & Leahy, 2012). همین‌طور در مقاله‌ای، گروه کوچکی از افراد بالای ۷۷ سال مورد بررسی قرار گرفت؛ این مطالعه نگرانی سالمندان در باب حریم خصوصی و نیز بیهودگی محتوای شبکه‌های اجتماعی و مقدار زمان مورد نیاز برای مشارکت در آنها را مورد توجه قرار داد (Hope et al., 2014). گروه مطالعاتی دیگری نیز موانع پیش روی سالمندان را بررسی کرده و نگرانی آنها در باب حریم خصوصی و تمایل به داشتن کنترل بیشتر بر محتوا را تأیید کرد (Norval et al., 2014). سالمندان دانش اندکی راجع به سایت‌ها دارند و دوستان آنها از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند؛ مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۳ نشان داد درک سودمندی سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و اطمینان از امنیت آنها محرک‌های اصلی استفاده سالمندان از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی هستند (Braun, 2013).

## روش تحقیق

در این مطالعه، روش کیفی برای جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات از سالمندان مورد استفاده قرار گرفته است؛ استفاده از رویکردهای مختلف کیفی از جمله تحلیل مضمون با ابعاد معرفت‌شناسی و هستی‌شناسی انعطاف‌پذیر، فاصله بین علم و زندگی روزمره را کاهش داده و با فراهم آوردن فرصتی برای توسعه دانش جدید از طریق درک در سالمندی، پویایی و دانش را در علم سالمندشناسی فراهم می‌کند (Finlay, 2014). دیدگاه پوزیتویستی برای درک جنبه‌های مختلف سالمندی محدودیت دارد، در حالی که روش‌ها و رویکرد کیفی که درک از سالمندی را در شرایط مختلف سلامت و بیماری توصیف و تفسیر می‌کنند، می‌توانند دانش سالمندشناسی را توسعه دهند. اگر ما بتوانیم، نه فقط با ذهنمان بلکه با روحمان، تجربه را معنا کنیم شاید بهتر بتوانیم به افراد یا اطرافیانشان بگوییم که من شما را درک می‌کنم (Powell & Biggs, 2003). از آنجایی که تحقیقات کیفی از جمله تحلیل مضمون در کمتر از چندین دهه به رشته سالمندشناسی ورود پیدا کرده است، به نظر می‌رسد برای افزایش دانش مربوط به این حرفه و رشته سهم بسزایی خواهد داشت. در این روش، محقق یافته‌ها را از نقطه نظر شرکت‌کنندگان توصیف و تفسیر می‌کند و در انتها به درک عمیق و غنی از تجارب نائل خواهد شد (Putney et al., 2005). لذا روش تحلیل مضمون در طراحی مطالعه، جمع‌آوری داده‌ها و تحلیل این داده‌ها به عنوان رویکرد مناسب این مطالعه انتخاب شده است.

## تکنیک جمع‌آوری داده‌ها

محققان اغلب از تکنیک مصاحبه به عنوان اصلی‌ترین شیوه جمع‌آوری اطلاعات در روش‌های کیفی تکیه می‌کنند، چرا که قصد آنها دستیابی به دیدگاه سوژه‌های مورد مطالعه‌شان است؛ البته بنا به توصیه صاحب‌نظران، در روش کیفی ابزار خاصی برای مصاحبه آماده نمی‌شود و مصاحبه حالت غیررسمی و تعاملی دارد (Moustakas, 1994)؛ آنچه پیش از مصاحبه وجود دارد، تنها سؤالاتی کلی جهت هدایت بحث می‌باشد. مصاحبه بیشتر به یک مکالمه دوستانه می‌ماند که هدف از آن دستیابی به توصیفی در حد امکان کامل از تجربه زیسته سوژه مورد نظر است. بر این اساس، روش اصلی جمع‌آوری داده‌ها، در این مطالعه، مصاحبه‌های فردی نیمه‌ساختاریافته خواهد بود، که به روش محاوره با مشارکت‌کنندگان مصاحبه‌ها انجام می‌شود.



## معرفی نمونه

در پژوهش‌های کیفی معمولاً از واژه «شرکت‌کننده» یا «مطلع» برای نامیدن افراد مورد مطالعه استفاده می‌کنند. اولین قاعده درمورد انتخاب افراد شرکت‌کننده این است که تمام آن افراد، پدیده مورد مطالعه را تجربه کرده باشند (Moustakas, 1994). در مطالعات کیفی، افراد موجودات خودتعبیرگری در نظر گرفته می‌شوند که قادر به بازتاب و به زبان آوردن تجاربشان هستند. این نوع بررسی‌ها شامل درگیری تعاملی محقق و شرکت‌کننده است و شرکت‌کنندگان این مطالعات به دلیل تجربه‌ای که از پدیده تحت مطالعه دارند و همچنین، به جهت قدرت بیان این تجارب، انتخاب می‌شوند. فاکتورهای زیر در هنگام انتخاب افراد مشارکت‌کننده، با توجه به پدیده مورد مطالعه، لحاظ شد:

۱. افراد، بین ۶۰ تا ۷۵ سال و ساکن شهر تهران باشند.
۲. کاربر شبکه‌های اجتماعی آنلاین باشند. البته برای اطمینان از عمیق بودن تجربه:  
داشتن حساب کاربری کافی نیست و افراد باید در شبکه‌های اجتماعی فعال باشند.  
حداقل ۶ ماه از حضورشان در فضای مجازی گذشته باشد.  
افراد صرفاً عضو کانال نباشند، بلکه از شبکه‌های اجتماعی برای ساختن ارتباطات اجتماعی بهره ببرند.
۳. مشارکت‌کنندگان، کاربر معمولی بوده و در استفاده از کامپیوتر حرفه‌ای نیستند (مهندس کامپیوتر یا برنامه‌نویس بازنشسته نیستند). این محدودیت به این جهت اعمال شد که گروه مورد مطالعه، بیشتر منعکس‌کننده کاربران معمولی سالمند باشد.
۴. مشارکت‌کنندگان توانایی یادآوری خاطرات را با جزئیات داشته باشند (فاکتوری که در مطالعه روی گروه سالمند بسیار ضروری است) و آن را با میل و علاقه انجام دهند.

از آن‌جا که هدف مطالعه کیفی یک فهم عمیق است و نه تعمیم، عموماً حجم نمونه کم بوده و نمونه به طور هدفمند انتخاب می‌شود. حجم نمونه برای یک مطالعه تحلیل مضمون معمولاً بین یک تا ده شرکت‌کننده است (اپلانی، ۲۰۱۶). در این مطالعه با ده سالمند (شش سالمند زن و چهار سالمند مرد) مصاحبه شد و به دو دلیل، تعداد مشارکت‌کنندگان زن بیش از مرد انتخاب شد:

۱. تعداد سالمندان زن، بیش از سالمندان مرد است. در سال ۹۵ هجری خورشیدی به ازای هر ۱۰۰ زن سالمند، ۹۶ مرد سالمند وجود داشته، و پیش‌بینی می‌شود این نسبت در سال ۱۴۰۰ به ۱۰۰ به ۸۸ برسد (جمعیت به تفکیک گروه‌های سنی، ۱۳۹۵).

۲. براساس تحقیقات مختلف، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین زنان شایع‌تر از مردان است (Tufekci, 2008).

نمونه‌ها به طور هدفمند انتخاب شدند؛ ابتدا یک دسته‌بندی کلی از گروه‌های سالمندی که می‌توانستند سوژه این مطالعه باشند، صورت گرفت و سالمندان به دو گروه کلی زن و مرد با سه سطح تحصیلات دانشگاهی، دیپلم و کمتر از دیپلم (البته مسلماً باید سالمند سواد خواندن و نوشتن داشته باشد که بتواند کاربر شبکه‌های اجتماعی باشد) تقسیم شدند. پس از سه مصاحبه، فاکتور دیگری نیز برای دسته‌بندی اضافه شد و آن سطح استفاده سالمندان از تکنولوژی و اینترنت بود که سالمندان را به سه دسته تقسیم کرد: ۱- سالمندانی که سابقه استفاده از کامپیوتر و اینترنت را از پیشتر داشته‌اند، این افراد در محل کار یا منزل خود با کامپیوتر کار می‌کردند، عموماً ایمیل دارند، در اورگات، یاهومسنجر یا حداقل در فیس‌بوک حساب کاربری داشته‌اند. ۲- سالمندانی که خیلی زود گوشی هوشمند خریدند، در وایبر، لاین یا ویجت ارتباطات آنلاین داشتند (با کامپیوتر و سایت‌های ارتباطی کاری نداشتند). ۳- سالمندانی که پس از فراگیر شدن گوشی‌های هوشمند و اپلیکیشن‌های ارتباطی به گروه کاربران اضافه شدند. این افراد عموماً رسانه‌های اجتماعی آنلاین پیش از واتس‌آپ، تلگرام و اینستاگرام را تجربه نکرده‌اند، اما حداقل در یکی از سه اپلیکیشن نامبرده حضور فعالی دارند.

## تحلیل داده

تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش، فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. منبع داده‌های مورد مطالعه، متن پیاده شده مصاحبه شرکت‌کنندگان بود. پس از پیاده کردن متن، ابتدا ویرایش کلی روی متن صورت گرفت. توضیحات اضافه و غیرضروری حذف گردید و اگر پراکندگی در سخنان پاسخگویان دیده می‌شد، جملات با آرایش‌بندی مجدد بهم مرتبط شد. متن ویرایش شده در اختیار سالمند قرار گرفت، تا اطمینان حاصل شود در اصل سخنان او تغییری ایجاد نشده است و اگر سالمند توضیحات بیشتری داشت به متن اضافه می‌نمود. سپس فرآیند کدگذاری روی متن بازبینی شده انجام شد. ابتدا کدها به طور آزاد انتخاب شدند. در ادامه، برخی کدها با هم ترکیب شده و کدهای اصلی ساخته شد. این کدها در چند محور کلی دسته‌بندی شدند.

## یافته‌ها

هدف این مطالعه، استفاده از رویکرد کیفی به منظور توضیح مؤثر دلایل استفاده سالمندان از شبکه‌های اجتماعی است. مفاهیم و مقولات براساس کدگذاری باز و در ادامه کدگذاری محوری شناسایی شدند. در مجموع ۲۹ کد باز استخراج شد که در سه محور اصلی (مضمون) ۱- محرک‌ها (آغازکننده‌ها)، ۲- دلایل ادامه به استفاده و ۳- معانی و تجربیات، مقوله‌بندی شدند. لازم به ذکر است که هر کدام از این مضامین پاسخگوی یکی از سؤالات تحقیق است.

ردیف	کد محوری	مقولات	تعداد
۱	محرک‌ها	آشنایی و مهارت در کار با کامپیوتر و اینترنت	۲ نفر
		اقتضای شغلی	۲ نفر
		مهاجرت اعضای خانواده	۲ نفر
		عقب نیفتادن از دیگران	۱ نفر
		فراگیر شدن	۲ نفر
		کارایی‌گوشی هوشمند	۱۰ نفر

ردیف	کد محوری	مقولات	تعداد
۲	دلایل ادامه دادن به استفاده	توان بدنی کمتر و اوقات فراغت بیشتر	۶ نفر
		حفظ ارتباطات	۸ نفر
		کسب اخبار و اطلاعات (جنبه سرگرمی)	۵ نفر
		اجبار زمانه	۵ نفر
۳	معانی، احساسات و تجربیات در استفاده	حس مثبت	۸ نفر
		حس منفی	۲ نفر
		نگرانی	۹ نفر
		وابستگی	۷ نفر
		خودکنترلی	۳ نفر
		امور خیریه	۲ نفر

### محور اول: محرک‌ها

شش کد آشنایی و مهارت مشارکت‌کنندگان با کامپیوتر، اقتضای شغلی، مهاجرت اعضای خانواده، عقب نیفتادن از دیگران، فراگیر شدن و کارایی گوشی هوشمند، در واقع شش دلیل آغازینی بودند که سبب شدند سالمندان به استفاده از رسانه‌های اجتماعی روی آورند. در ادامه این شش دلیل را جزئی‌تر مورد بررسی قرار می‌دهیم:

### آشنایی و مهارت در کار با کامپیوتر و اینترنت

میزان آشنایی و مهارت افراد در کار با کامپیوتر یکی از عوامل تأثیرگذار در استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. سطح آشنایی مشارکت‌کنندگان این مطالعه با کامپیوتر کاملاً متغیر بوده است. به استثنای دو نفر (عزیزالله و بشیر) که مهندس بوده و کار با کامپیوتر بخشی از کارشان بوده است، مابقی کاربر حرفه‌ای کامپیوتر نبوده‌اند. البته آشنایی این دو نفر با کامپیوتر هم از محل کارشان بوده است، بشیر که از خیلی قبلتر و دهه پنجاه خورشیدی حرف می‌زند: «آشنایی من با کامپیوتر برمی‌گردد به قبل از انقلاب. اون موقع تو دانشگاه آریامهر (صنعتی شریف فعلی) کامپیوترهای بزرگ بود و ما پانچ می‌کردیم». کاربری عزیزالله متأخرتر است و در اواخر دهه ۶۰ شمسی (یا اوایل دهه هفتاد) در سازمان انرژی اتمی با

کامپیوتر آشنا شده است: «حدوداً ۳۰ سال قبل، و در محل کارم با کامپیوتر آشنا شدم، البته اون موقع سیستم عامل DOS بود با یه هارد ۲ مگابایتی (خنده)». حمیده که معلم بازنشسته است برای‌مان گفت: «از طرف اداره برامون کلاس کامپیوتر گذاشتن، دوره‌هاش رو رفتم [...] اون موقع‌ها برای تدریس می‌رفتم سرچ می‌کردم که معلم‌های دیگه به چه روشی تدریس می‌کنند».

مژگان، فریده و گلی میزان آشنایی و مهارتشان در اینترنت را کم بیان کردند: «همون ۲۵ سال پیش کلاس ویندوز و فتوشاپ و چند تا کلاس دیگه هم رفتم که یادم نیست»؛ «کار کردنم با کامپیوتر در حد رایب کردن cd بود. آخه قبلاً صوتی تصویری داشتیم». «آشناییم با کامپیوتر خیلی کمه. فقط روشن و خاموش کردن [...] الان هم که همه چیز شده گوشی. دیگه به هیچی احتیاجی نیست». اما شاید مفهوم شکاف دیجیتال را در حرف‌های مهناز بهتر از همه متوجه بشویم: «با کامپیوتر و لپتاب خیلی محدود کار کردم، مثلاً احتیاج داشتم دربارهٔ چیزی بخونم. بچه‌ها برام سرچ می‌کردن و مطالب رو پیدا می‌کردن [...]».

در کل، مشارکت‌کنندگان اینترنت را پدیده‌ای کاملاً متأخر و به‌روز می‌شناسند، که با توجه به سن بالای ۶۰ سالشان کاملاً قابل درک است. حتی عزیزالله که از اولین مشترکین اینترنت در ایران بوده گفت: «اینترنت مال همین اواخره. اولش ایمیل بود. منم از همون اول ایمیل داشتم. [...]». اما فیس بوک انقلابی در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات آنلاین ایجاد نمود، انقلابی که ظهور گوشی‌های هوشمند آن را به اوج خود رسانید؛ هرچند همه مصاحب‌شوندگان هم به فیس‌بوک روی خوش نشان ندادند. عزیزالله گفت: «فیس بوک چون فیلتر بود نرفتم دنبالش»، دیگر مشارکت‌کنندگان با فراگیر شدن اپلیکیشن تلگرام و دسترسی بیشتر و همگانی شدن گوشی‌های هوشمند شروع به استفاده از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی کردند، اما هر مشارکت‌کننده قصه‌ای جداگانه دارد، قصه‌هایی که سایر کدهای ما را می‌سازد:

### اقتضای شغلی

صدیقه و مژگان این استفاده را به کارشان ربط دادند: «با کامپیوتر کار نکردم و بلد هم نیستم. فقط همین گوشی، تو چند سرای محله کلاس دارم. بخاطر کلاس‌ها

لازم بود، گروه می‌زنیم برای هماهنگی». «من وقتی دیگه همه تلگرام داشتن، تلگرام نصب کردم. حدوداً دو ساله [...] گروه آشپزی دارم، عکس غذا می‌ذارم، توش اعلام می‌کنم امروز غذا چیه و... تو هیچ گروه خانوادگی نیستم». البته عزیزالله هم از شبکه‌های اجتماعی آنلاین برای فروش محصولاتش استفاده می‌کند (یک تلاش ناموفق)، که چون این امر دلیل آغازینش در استفاده از شبکه‌ها نبود، در این بخش شمارش نشد.

### مهاجرت اعضای خانواده

مهاجرت اعضای خانواده، دوستان و خویشان، و امکان برقراری تماس‌های ارزان اینترنتی به جای تماس‌های گران تلفنی از محرک‌های اولیه استفاده از فضای وب برای ایجاد ارتباط بود؛ حمیده می‌گوید: «من چون معلم بودم دوست نداشتم گوشی بگیرم، می‌دونستم مزاحمت میشه برام [...] بچه‌هام که مهاجرت کردن، بخاطر بچه‌هام مجبور شدم دیگه خودم گوشی بگیرم». «همه چیز از فیس‌بوک شروع شد، با بچه‌هایی که خیلی فاصله داشتن چت می‌کردیم. پست می‌ذاشتم، عکس‌های خانوادگی؛ باحال بود دیگه، انگار از یه دنیایی با یه دنیای دیگه در ارتباطی. با فامیل‌های اونور آبی دوباره کانکت شدیم و دیگه دائم از حال هم باخبر بودیم».

### کارایی گوشی هوشمند

گوشی‌های هوشمند غیر از امکان برقراری ارتباطات آنلاین امکان بهره‌گیری از خدمات متنوع دیگری بر مبنای شبکه وب را نیز در اختیار کاربران قرار می‌دهد، کاربری آسانی دارند و همین نقطه آغاز استفاده از گوشی‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی می‌شود: «یادمه یه بار رفته بودم بانک برای کارهای بانکی، دیدم باجه کناری داره برای مراجعه‌کننده توضیح میده که با گوشیش چه کارهایی می‌تونه بکنه، برام جالب بود، دیدم چقدر راحت‌تره و وقتم کمتر گرفته می‌شه، این شد که ترغیب شدم برم از این گوشی‌ها بخرم که بچه‌ها وایبر و واتساپ هم همون موقع نصب کردند برام».

## تلاش برای به روز بودن

نکته‌ای که در حین مصاحبه‌ها خودش را بسیار نمایان نشان می‌داد، تلاش سالمندان برای به‌روز ماندن و عقب نیفتادن از جریان کلی جامعه بود: گلی برایمان گفت: «شوهرم مهندس مخابراته، همون اول‌ها بهشون موبایل داده بودن، شوهرم ازم قایمش می‌کرد، می‌گفتم خب این چیه نشونم نمیدی؟ می‌گفت تو حالیت همیشه [...] الان همه‌اش سعی می‌کنم از همه چیز سر در بیارم». هرچند تنها گلی، محرک خود در استفاده از شبکه‌های اجتماعی را عقب نیفتادن دانست، اما چنین انگیزه‌ای را در استفاده از کامپیوتر، اینترنت و گوشی در روایت‌های سایر مشارکت‌کنندگان نیز شنیدیم، مشارکت‌کنندگانی که البته حکایت آغازین متفاوتی داشته‌اند. ولی به هر حال، نمی‌توان از این علت مهم در میان آنان نیز چشم‌پوشی کرد. برای مثال فریده شروع کار با کامپیوترش را اینطور برایمان تعریف کرد: «دوست دارم هی خودم رو به‌روز کنم، چون آدم میترسه که جلوی جوونا کم بیاره». فراموش نکنیم که در حال بحث درباره گروه سنی هستیم که ۵۴ درصدشان قادر به خواندن و نوشتن نیستند، اما اغلب مشارکت‌کنندگان این مطالعه تحصیلات دانشگاهی دارند. مسلماً برای اینان که روزگاری سرآمدان دوره خود بوده‌اند، احساس چنین پس‌ماندگی قابل تحمل نخواهد بود و تمام تلاش خود را در جهت جبران آن خواهند کرد.

## فراگیر شدن

نهایتاً فریده و رضا کسانی بودند که بیان داشتند تنها پس از فراگیر شدن گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های مجازی شروع به استفاده از آن نموده‌اند: «پنج- شش سالی هست که گوشی خریدم، یعنی بچه‌هام برام خریدن، خودم نمی‌خواستم، البته یکم احساس نیاز می‌کردم، همکارام تو تلگرام گروه زده بودن ولی من نداشتم. دیگه برای تولدم بچه‌هام برام خریدن! [...] الان دیگه کسی گوشی نداشته باشه مسخره میشه». «خودم دوست نداشتم گوشی داشته باشم، اینکه دائم در دسترس باشی برام جالب نبود. ولی بخاطر بچه‌ها و اصرارشون مجبور شدم بگیرم. ولی گوشی هوشمند بیشتر به خاطر همون شبکه‌های اجتماعی بود، تلگرام در واقع. نمی‌شد نداشتم».

۱. البته حمیده پس از مهاجرت فرزندانش گوشی هوشمند خرید و به عضویت شبکه‌ها در آمد

## محور دوم: دلایل ادامه استفاده از رسانه‌های اجتماعی

هرچند هر سالمندی قصه‌ای جداگانه برای شروع به استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارد، اما دلایلی که سبب می‌شود همچنان به استفاده از آن ادامه دهند، کم و بیش بین همگی یکسان بود. این دلایل در ۴ کد خلاصه شده‌اند که در ادامه شرح داده می‌شوند:

### توان بدنی کمتر و اوقات فراغت بیشتر

بازنشستگی، آشنایانه‌های خالی و ضعف جسمانی و روانی از خصیصه‌های اصلی توصیف کننده سالمندی هستند. ویژگی‌هایی که می‌توانند توضیح دهنده خوبی برای استقبال سالمندان از شبکه‌های فضای مجازی نیز باشند: «قبلاً بیشتر بیرون می‌رفتم، زیارت، پارک، خرید... الان توان بدنی‌ام کم شده. بچه‌ها هم که نیستن، بیشتر پای گوشی هستم»، «خب من بازنشسته شدم، کلی وقت آزاد دارم، بخشی از وقتم رو مدیریت کردن همین گروه‌ها می‌گیره». «من خیلی مریضی دارم، آرتروز (روماتیسم مفصلی) دارم. بیرون رفتن برام ساخته، ولی دوست دارم به روز بمونم، تو این کانال‌ها و گروه‌ها که هستی، از همه جا باخبری».

### حفظ ارتباطات

تغییر شبکه سالمندان به خاطر بازنشستگی، فوت دوستان و اعضای خانواده، پدیده مهاجرت و عواملی از این دست، سبب می‌شود سالمندان به راه‌های جدید ارتباطی برای حفظ شبکه باقیمانده خود رو آورند. حفظ شبکه اجتماعی همواره یکی از دغدغه‌های سالمندان بوده است؛ «بازنشسته‌های کم‌درآمد ممکن است تصمیم بگیرند که ارتباط با نوه‌هایشان یک نیاز اساسی است. ممکن است آنها به دلیل اهمیت موضوع، تصمیم بگیرند هزینه زیادی را صرف تداوم این ارتباط از طریق خرید کارت تبریک برای روزهای تولد نوه‌ها و اعیاد و روزهای مهم کنند؛ اما درمورد هزینه‌هایی مثل مواد غذایی یا سوخت صرفه‌جویی کنند(مور، ۱۳۸۵)». بنابراین طبیعی است که از شیوه ارزان و ساده رسانه‌های اجتماعی برای حفظ ارتباطات خود بالاخص با اعضای خانواده و همکاران سابق‌شان بهره ببرند: «همیشه می‌خوام خیالم راحت باشه که همه حالشون خوبه، گروه‌های خانوادگی در واتساپ دارم و ازشون خبر می‌گیرم. با همکاراها هم همین‌طور». «برای ارتباطات خوبه، دوستای قدیمی که ازشون خبر نداشتیم رو پیدا کردیم».



### کسب اخبار و اطلاعات (جنبه سرگرمی)

اطلاع از اخبار روز و در جریان امور بودن برای سالمندان مورد مصاحبه بسیار مهم بود، و همگی (هر ده مورد) به این جنبه شبکه‌های اجتماعی اشاره داشتند: «اخبار خیلی چک می‌کنم، اون موقع تلگرام بود خیلی بهتر بود از کانال‌ها اخبار رو دنبال می‌کردم، الان تو اینستاگرام چند تا صفحه خبری رو دنبال می‌کنم. ماهواره خیلی کمتر می‌بینم؛ گوشی جایگزین اون شده». «قبلاً روزنامه بود، ما همشهری و کیهان رو مشترک بودیم، هر روز می‌اومد در خونه. ولی الان دیگه روزنامه خیلی کم‌رنگ شده، تازه این‌جوری یه خبر رو از چند منبع هم می‌خونی، بهتر دستت می‌آد چه خبره». جنبه سرگرم‌کننده شبکه‌های اجتماعی هم یکی دیگر از عوامل اقبال سالمندان به این شبکه‌ها است؛ «چون تنها هستم احساس می‌کنم از تنهایی در میام، خیلی وابسته شدم. وقتت رو پر می‌کنه. اخبار، قصه و حوادث می‌خونم». «خیلی حوصله گروه‌ها رو ندارم. بیشتر تو کانال‌های تلگرام هستم. این کانال‌های ایده و خلاقیت خیلی خوبن، سرگرمی، مطالب جدید، آشپزی...». «تلگرام جاشو حسابی باز کرده. اگر نباشه حسابی افسرده می‌شم. فکر کنید الان سه تا فیلترشکن رو گوشی‌ام دارم».

### ۴- اجبار زمانه

هرچند مشارکت در شبکه‌های اجتماعی فعالیت‌های کاملاً داوطلبانه است، اما غیر از اجبارهای قانونی، همواره هنجارهای اجتماعی و حتی گاهی شبکه‌های غیررسمی خواست خود را به فرد تحمیل می‌کنند. مثلاً حمیده و فریده هیچ میلی به داشتن گوشی همراه نداشتند «من چون معلم بودم دوست نداشتم گوشی بگیرم؛ [...] به خاطر بچه‌هام مجبور شدم دیگه گوشی بگیرم». «کلا گوشی رو به خاطر بچه‌ها گرفتم. والا خودم اینکه دائم در دسترس باشی رو دوست نداشتم». همین‌طور سالمندان حضور در شبکه‌ها را نوعی ضرورت اجتماعی می‌دانند؛ «دیگه الان کسی گوشی هوشمند نداشته باشه مسخره میشه». «الان همه چیز با گوشی شده. از کار بانکی، تا اسنپ و همه چیز دیگه. حتی بچه‌ها برام یه برنامه ریختن، برای کارگر گرفتن، درخواست می‌دی [...] زندگی داره پیش می‌ره و تو هم مجبوری باهاش پیش بری».

## محور سوم: احساسات و تجربیات استفاده از رسانه‌های اجتماعی

سالمندان هر کدام به دلیلی وارد شبکه‌های اجتماعی شده و بنا به دلایلی همچنان به استفاده از آن ادامه می‌دهند. اما واقعاً چه حسی به این شبکه‌ها دارند؟ چه تجربیات خاصی را در این شبکه‌ها از سر گذرانده‌اند که قابل تأمل باشد؟ برخی سالمندان حس مثبتی به رسانه‌های اجتماعی دارند، برخی دیگر آن را غیر واقعی و مجازی می‌دانند، برخی هم آن را نه سیاه می‌بینند و نه سفید و به هر دو جنبه مثبت و منفی توأمان اشاره دارند:

### حس مثبت

برخی از سالمندان در صحبت از شبکه‌های اجتماعی فقط به نکات مثبت آن اشاره نموده و به هیچ نکته منفی و نقطه سیاهی در استفاده از آن اشاره نداشتند: «اینها (رسانه‌های اجتماعی آنلاین) برای اعضای خانواده خیلی مهمه. مثلاً سالمندی که تنها زندگی می‌کنه، وقتی گوشی هست خیال همه راحت‌تره جورایی؛ [...] یا صبح پا شدم دیدم گل کاغذیم باز شده، سریع یه عکس گرفتم گذاشتم تو گروه، خب اینا خیلی باحاله، حال آدم رو خوب می‌کنه». بشیر هم چنین گفت «تکنولوژی همین‌طور داره می‌تازونه و میره جلو. ۵۰ سال قبل اصلاً تصور این چیزها رو نمی‌کردیم، اصلاً قابل هضم نبود برامون، اما الان داریم باهاش زندگی می‌کنیم. چیز ترسناکی هم نیست؛ [...] اینها همه ابزار هست، مثل چاقو، مثل ماشین».

### حس منفی

وقتی درباره شبکه‌های اجتماعی با برخی از سالمندان حرف می‌زدیم، انگار داغ دل‌شان تازه شده، دوستش ندارند و به نظرشان خوب نمی‌آید: «من دوست ندارم، آدم‌ها از هم دور میشن. ایرانی‌ها تو همه چیز افراط می‌کنن. الان چقدر طلاق بخاطر همین چیزها زیاد شده. طرف اینقدر تو گوشیشه، یادش میره باید به زن و بچه برسه، برعکسش هم هست. [...] من اصلاً آلرژی دارم می‌بینم یکی همه‌اش سرش تو گوشیه. اصلاً آدم‌ها رو از کتاب دور کرده، الان جواب همه چیز رو میخوان تو اینترنت پیدا کنن. قبلاً به بهانه گرفتن دستور غذا هم که شده طرف یه زنگی می‌زد، الان همه رو از اینترنت در میارن». یا عزیزالله که از اولین کاربران یاهو مسنجر

بود تجربهٔ این سال‌ها را این‌طور برایمان خلاصه کرد: «برات اینجور بگم، من ده سال یا بیشتر با این و اون چت کردم و الان فهمیدم همه‌اش عمرمو تلف کردم، میگم اون همه وقتی که برای چت گذاشتم اگر یه کار مفیدتری کرده بودم چقدر بهتر بود. فقط یه سرگرمی بود؛ الان فقط وقت‌های بیکاری می‌رم سراغش».

## نگرانی

اغلب پاسخگویان رویکرد سفید یا سیاهی -مثل موارد بالا- به تکنولوژی، اینترنت و رسانه‌های اجتماعی نداشتند؛ و در عین علاقه و استقبال از این امکانات نوین، دغدغه‌هایی را نیز بیان می‌کردند: اعتیاد به گوشی: «فقط این فضای مجازی که همه کله‌شون تو اون‌ه آدم اعصابش خُرد می‌شه، اینکه معتادش می‌شن بده»، «بیکار شدن افراد: «یه چیز وسطیه، نه خوبه و نه بد. ببینید تکنولوژی خیلیا رو بیکار کرد، ولی از اون طرف اگر نباشه هم خیلیای دیگه بیکار می‌شن»، نگرانی برای بچه‌ها: «برای خودم نگرانی ندارم، چون می‌دونم ازش چی می‌خوام، ولی خب برای جوونها می‌ترسم که چی به سرشون بیاره». «مثلاً من با ارتباط تصویری مخالفم. راحت جلب اعتماد می‌کنن، بچه‌های ما هم خوش‌باورن، راحت گول می‌خورن. این منو نگران می‌کنه»، کلاهبرداری‌های اینترنتی: «هی پیام میاد مثلاً شما برنده شدید، پول بریزید به فلان حساب، هیچکدوم رو انجام نمیدم. می‌دونم پر از کلاهبرداریه»، مصرف‌کننده شدن ایرانیان: «بیشرفت تکنولوژی طبیعیه، الان بیشتر نگرانی من به عنوان یه ایرانی این هستش که ما فقط مصرف‌کننده هستیم، خودمون نمی‌توئیم چیزی تولید کنیم» و نگرانی‌های مذهبی و اخلاقی: «باهومسنجر اون موقع تو ایران خیلی بد بود. می‌رفتی برای خودت گروه درست می‌کردی. هر فرقه و گرایش بودند... که واقعاً انحراف ایجاد می‌کرد». «اینستاگرام هم رفتم، خیلی خوشم نیومد؛ اینکه یه سری فیلم‌ها و محتواهای ناجور اونجا بود».

## وابستگی

بسیاری از سالمندان کاملاً به شبکه‌های مجازی وابسته شده‌اند که این امر با توجه به اوقات فراغت بیشتری که دارند، طبیعی است. «حسابی جای خودشو باز کرده. اگر نباشه حسابی افسرده می‌شم. وقتی یه فیلترشکن قطع میشه، تا بچه‌ها

بیان و برام فیلترشکن جدید بریزن کلافه‌ام اصلاً». «تو آبان که اینترنت‌ها رو قطع کرده بودن، همکارام هم مثل من، همه می‌گفتن وای انگار آدم احساس می‌کنه چقدر بیچاره شده». عبارت‌های احساس خلأ، احساس کمبود، عادت کردیم بهش، دیگه در جریان هیچی نیستی، اصطلاحاتی بود که سالمندان در توصیف وابستگی خود به شبکه‌ها بیان داشتند.

### احساس / عدم احساس امنیت

احساس / عدم احساس امنیت در سطح کلان و خرد مورد تأکید همه مشارکت کنندگان بود. حتی وقتی می‌گویند نگرانی بابت چیزی ندارند، باز انگار چیزی بوده که به آن فکر کرده باشند. «برای تماس گرفتن قبلاً از ایمو استفاده می‌کردم که گفتن مورد شنود قرار می‌گیره. دیگه از واتساپ استفاده می‌کنم هم صوتی هم تصویری». «من هیچی-عکس و ... تو گوشیم نگه نمی‌دارم. پیام‌هایی هم که میاد اصلاً اعتماد نمی‌کنم. فووش اگر حس کنم خوبه میفرستم برای بچه‌ها اونها ببینن. به هرحال اونها بیشتر حواسشون هست و می‌دونن چه خبره».

### خودکنترلی

در صحبت برخی از سالمندان شاهد نوعی رفتار محتاطانه در برخورد با شبکه‌های اجتماعی بودیم. رفتار محتاطانه‌ای که گاه از احساس عدم اعتماد و امنیت ناشی می‌شد، گاه از اعتماد به نفس کمتر، و گاه نیز برای کنترل روابط در جهان واقعی بود. «تو نت خیلی مراعات می‌کنم تا مشکلی برام پیش نیاد، عکس پروفایل نمی‌ذارم و کاری نمی‌کنم که مزاحمتی برام پیش بیاد». «اینستاگرام ندارم. چون همه فامیل دارن و من نمی‌خوام خیلی باهاشون در تماس باشم. من با فامیل هر دو سه هفته یکبار تلفنی حرف می‌زنم. به نظرم همینقدر کافیه».

### انجام فعالیت‌های خیرخواهانه:

فضای مجازی بستر مناسبی برای انجام فعالیت‌های داوطلبانه و نیکوکارانه شده است: مهناز می‌گوید: «تو شبکه‌ها برای فعالیت‌های سیاسی، کار خیر، کمک جمع می‌کنم برای نیازمندان، جهیزیه عروس. خیلیا قرض‌الحسنه می‌خوان، خودم که نداشته باشم این دست اون دست می‌کنم، از یکی می‌گیرم میدم به اون یکی».

باور کن من بیشتر از بانک‌ها قرض‌الحسنه می‌دم». بشیر هم ادمین بیش از بیست گروه تلگرامی و واتس‌اپی است. درباره یکی از گروه‌هایش گفت «الان من به گروه خیریه دارم، آدم‌های خیر رو به هم وصل کردم، دو تا کار می‌کنه این گروه، یکی اینکه بچه‌های با استعداد روستایی رو شناسایی می‌کنه و امکان ادامه تحصیل‌شون رو فراهم می‌کنه، و یکی هم اینکه امکان عمل شنوایی برای کر و لاله‌ها رو فراهم می‌کنه».

همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد، شناسایی مضامین سه‌گانه در استفاده سالمندان از شبکه‌های اجتماعی آنلاین از مهم‌ترین و حساس‌ترین مراحل این بررسی به شمار می‌آید و به عبارتی، قلب این تحلیل است. ما تلاش کردیم تا در این اکتشاف معنا، بیشترین بهره را از شعور متعارف یا همان عقل سلیم افراد برده و هم‌زمان بیشترین فاصله را از ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های خود درباره موضوع پژوهش داشته باشیم. از آن‌جا که در تحلیل مضمون پاسخ روشن و سریعی برای مقدار داده‌های مناسب یا مورد نیاز که دلالت بر وجود مضامین داشته باشند، وجود ندارد، در تحلیل نهایی، داده‌ها و مضامین استخراج شده، توجه و تمرکز بر عبارات‌های تکراری و مترادف بوده است.

با توجه به یافته‌ها، ویژگی تعاملی بالای شبکه‌های اجتماعی و ظرفیت بالای آنها در توانمندسازی سالمندان در برقراری ارتباطات جدید یا حفظ ارتباطات گذشته با ابزاری نو، از محرک‌های مهم آغازین ورود سالمندان به عرصه شبکه‌های اجتماعی بوده است. استفاده از این شبکه‌ها راه میانبری کم هزینه برای سالمندان به منظور باقی ماندن به عنوان عضو فعالی از جامعه و تلاش برای بیرون نیفتادن از چرخه حیات اجتماعی است. سالمندان در عین اینکه تمایل و توانایی فیزیکی خود را برای شرکت در بسیاری از فعالیت‌های اجتماعی از دست می‌دهند و با ادامه این روند، خطر انزوای اجباری اجتماعی برای آنها پررنگ‌تر می‌شود؛ اما جایگزینی شبکه‌های اجتماعی به عنوان بخشی از زندگی سالمندان می‌تواند راه نجاتی برای حضور مؤثر آنان در اجتماع باشد. از سوی دیگر، نیاز به سرگرمی از مؤلفه‌های مهم ورود سالمندان به دنیای شبکه‌های اجتماعی است. ایجاد محافل جدید اجتماعی، ارتباط با افرادی شبیه خودشان و پرداختن به علایق مشترک در این محافل از جذاب‌ترین سرگرمی‌های سالمندان محسوب می‌شود.

در این مقاله براساس یافته‌ها، این نتیجه حاصل شد که علیرغم مزایای غیرقابل انکار استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای سالمندان، آنها همواره نسبت به کاربران جوان با موانع بیشتری برای بهره‌مندی از این ابزار مدرن مواجه هستند؛ از مشکلات فنی مانند نداشتن مهارت کافی رایانه‌ای و عدم شناخت سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی گرفته تا نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و مواجهه با محتواهای نامناسب به هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از آن جمله‌اند.

### بحث و نتیجه‌گیری

از ابتدای شکل‌گیری فضای مجازی، جوانان کاربران اصلی این پدیده بوده و حضور سالمندان در اینترنت، بالاخص شبکه‌های اجتماعی، بسیار کم‌رنگ بوده است. اما امروزه شاهد افزایش شمار سالمندان در شبکه‌های اجتماعی هستیم. سالمندان دوران تحصیل خود را با تکنولوژی‌های نوین نگذرانده‌اند، کامپیوتر و اینترنت برایشان پدیده‌هایی متأخر و نوین است؛ محققین از مفهوم شکاف دیجیتال نقره‌ای برای توضیح این فاصله بین شهروندان سالمندتر و باقی شهروندان صحبت می‌کنند؛ با این حال، سالمندانی نیز هستند که به دنیای شبکه‌های اجتماعی قدم گذاشته‌اند. این مطالعه به بررسی معانی و تجربیات حضور سالمندان به این عرصه پرداخته است.

محور اول، برای پاسخ به سوال اول تحقیق، به معرفی عوامل آغازین استفاده سالمندان از شبکه‌ها اختصاص یافت. آشنایی و مهارت مشارکت‌کنندگان با کامپیوتر، اقتضای شغلی، مهاجرت اعضای خانواده، عقب نیفتادن از دیگران، فراگیر شدن و کارایی‌های گوشی هوشمند، در واقع شش دلیل آغازینی بودند که سبب شدند سالمندان به استفاده از رسانه‌های اجتماعی روی آورند. براساس یافته‌های این تحقیق، سالمندانی که در محیط کار خود با کامپیوتر کار می‌کرده‌اند، و مهارت خوبی در کار با آن دارند، همگام با پیشرفت تکنولوژی جلو آمده و با ظهور اینترنت صاحب ایمیل و YAHOO ID شده‌اند. از طرفی سالمندانی که آشنایی کمی با کامپیوتر داشته‌اند، از طرف محل کارشان برایشان دوره آموزشی گذاشته شده بود یا خودشان کلاس رفته بودند، جزء کاربران متاخر رسانه‌های اجتماعی هستند، یعنی تنها پس از فراگیری گوشی‌های هوشمند و شایع شدن اپلیکیشن تلگرام،

وارد این فضا شده‌اند. شاید بتوان این تأخیر را یک نوع ترس یا ناامیدی اولیه از تکنولوژی دانست؛ چرا که اینان پیشتر تلاش کرده بودند که با تکنولوژی همگام شوند، تلاشی که چندان موفق نبوده و همچنان برای کار با کامپیوتر نیازمند کمک گرفتن از فرزندان‌شان بوده‌اند. ورود زودتر سالمندانی که هیچ آشنایی و سابقه کاری با کامپیوتر نداشته‌اند، به فضای اپلیکیشن‌ها و رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تأییدی بر این ادعا باشد. نکته دیگر، تلاش سالمندان برای به‌روز نگهداشتن خود و عقب نیفتادن از جامعه (به قول خودشان بچه‌ها، عروس‌ها و نوه‌ها) است. بسیار جالب بود که دو نفر از جامعه کوچک ده نفره این تحقیق، در زمان مصاحبه دانشجوی لیسانس بوده‌اند، همین مطلب به خوبی می‌تواند میل عمیق این گروه به یادگیری و به‌روز ماندن را نشان دهد. سالمندان دوست دارند چیزهای جدید یاد بگیرند «از چیزهای جدید خوشم می‌آید، همانطور که غذاها و دسرهای جدید رو امتحان می‌کنم» و «از هر چیزی سر در بیاورند» و چون مجالی برای آن نمی‌یابند مجبور می‌شوند بروند دانشگاه و تاریخ یا مدیریت بخوانند! مفهوم یادگیری مادام‌العمر<sup>۱</sup> در ادبیات معاصر سالمندشناسی اهمیت این مقوله را به خوبی نشان می‌دهد. غرب این نیاز سالمندان را با دانشگاه‌های سن سوم<sup>۲</sup> پاسخ داده است.

محور دوم برای پاسخ به سوال دوم تحقیق- به دلایل ادامه استفاده از شبکه‌های اجتماعی اختصاص یافت. توانایی بدنی کمتر و اوقات فراغت بیشتر، حفظ ارتباطات، جنبه‌های سرگرمی و جبر زمانه (الان نمیشه نداشت) مهمترین دلایلی است که سبب می‌شود سالمندان همچنان عضو شبکه‌های اجتماعی باقی بمانند. سالمندان اوقات فراغت بیشتر و توانایی بدنی کمتری دارند. شبکه دوستان و آشنایان‌شان به خاطر بازنشستگی و مرگ‌ومیر دستخوش تغییرات شگرفی شده (البته ظاهراً پدیده مهاجرت را هم باید به این علل بیفزاییم). احساس انزوا و تنهایی، احساس کنار گذاشته شدن، و احساس طرد اجتماعی از احساسات شایع در دوران سالمندی هستند (رهنما، ۱۳۹۰). احساساتی شایع در میان سالمندان، که ما در ده مصاحبه‌یمان شاهد کوچکترین اشاره‌ای هم به آنها نبودیم، و حتی در کدگذاری

1. lifelong learning
2. University of the third age(u3a)

اولیه هم به مضامینی که حاوی چنین احساساتی باشد برخوردیم. این امر می‌تواند نشان‌دهنده قدرت شبکه‌های اجتماعی در خنثی نمودن این احساسات منفی باشد. این شبکه‌ها با تنوع کاربردی‌ای که دارد، از امکان ایجاد ارتباط بین دوستان و آشنایان گرفته تا خواندن اخبار، مطالب طنز و سرگرمی، ویدئوهای سرگرم کننده و ... به خوبی توانسته اوقات فراغت سالمندان را پر کرده و بر مشکل کاهش توانایی بدنی ایشان نیز غالب آید. کوچک شدن سائز شبکه‌های واقعی افراد را امکان ایجاد ارتباطات جدید جبران کرده و فاصله فیزیکی طولانی با عزیزان مهاجرت کرده‌شان را کمتر نموده است. اگر به راستی رسانه‌های اجتماعی واقعاً چنین توان بالایی در خنثی نمودن احساس تنهایی و طرد میان سالمندان دارند، لازمست اقدامات موثرتر و گام‌های اساسی‌تری در جهت افزایش ضریب نفوذ این شبکه‌ها در میان سالمندان به کار گرفته شود.

در نهایت، محور سوم، برای پاسخ به سوال سوم، شناسایی تجربیات، احساسات و معانی درک شده سالمندان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ساخته شد. دوست داشتن/ نداشتن فضای تعاملی شبکه‌های اجتماعی، انواع نگرانی‌ها، وابستگی به گوشی/اینترنت/فیلترشکن... احساس امنیت/عدم امنیت مهمترین احساسات شناسایی شده در گفته‌های سالمندان درباره شبکه‌های اجتماعی بود. دو تجربه خودکنترلی و انجام فعالیت‌های خیریه و انسان‌دوستانه نیز از خاص‌ترین تجربیات سالمندان در فضای مجازی بود که در جای خود به تفصیل بحث شد.

برای جمع‌بندی، شاید پرسیدن سؤالی عکس سوالات تحقیق، مبنی بر اینکه چرا سالمندان از شبکه‌های اجتماعی استفاده نمی‌کنند مناسب‌تر باشد. هر چند شناسایی این عوامل تحقیق جداگانه‌ای را می‌طلبد، اما بیان آنچه در این مطالعه خود را نشان داد احتمالاً خالی از لطف نخواهد بود.

طبق آمار سال ۹۷، ضریب نفوذ اینترنت در گروه سنی ۵۰ تا ۷۴ سال حدود ۳۷.۶ درصد بوده است، و اگر سن سالمندی را ۶۰ سال حساب کنیم از این ضریب نفوذ به شدت کاسته خواهد شد. عوامل مختلفی می‌تواند در این عدم استقبال تاثیرگذار باشد. مهمترین عامل بازدارنده احتمالاً نرخ بالای بیسوادی در

رسانه‌های اجتماعی در دنیای غرب، نه تنها برای سلامت اجتماعی به کار می‌رود، بلکه تبدیل به یکی از ابزارهای مراقبتی سلامت فیزیکی سالمندان نیز شده است.



بررسی تجربه سالمندان در رسانه‌های اجتماعی با رویکرد تحلیل مضمون

بین سالمندان است، که بر اساس آمار ۵۳ درصد از افراد بالای ۶۰ سال در ایران نمی‌توانند بنویسند یا متن ساده‌ای را بخوانند و بفهمند. این در حالی است که بسیاری از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی مثل تماس تصویری یا دیدن کلیپ و ویدئو (از قابلیت‌های مورد علاقه سالمندان!) نیازی به سواد ندارد. اما برای این مطالعه، در پیدا کردن افراد زیردپلم که کاربر شبکه‌های مجازی باشند به شدت به مشکل برخوردیم و تنها پس از جست‌وجوی فراوان یک مورد معرفی و مصاحبه انجام شد.

مسئله دیگر، نقش پررنگ فرزندان در رابطه بین سالمندان و شبکه‌های اجتماعی است. فرزندان در همه جای مصاحبه حضور داشتند. «به خاطر بچه‌ها/ به اصرار بچه‌ها گوشی گرفتم». «بچه‌ها برام گوشی گرفتن». «بچه‌ها برام نصب می‌کنن». «بچه‌ها بهم یاد می‌دن». «من که بلد نیستم، بچه‌ها باید انجام بدن». بنابراین اگر سالمندی بچه نداشته باشد، بچه‌اش نباشد (مهاجرت)، بچه‌اش به فکر نباشد، از بسیاری صحنه‌ها حذف می‌شود، از جمله فضای مجازی. البته طبق یافته‌های یک مطالعه، نداشتن فرزند یکی از ریسک فاکتورهای زندگی در سراسر دوران سالمندی است (ذکریایی، ۱۳۸۶). بنابراین سیاست‌گذاران باید این نکته را نیز مدنظر قرار دهند!

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

۱. البته مباحث زیرساختی چون پهنای باند، دسترسی به گوشی و اینترنت، هزینه‌ها و... نیز نقش تعیین‌کننده خود را دارند.

## فهرست منابع

۱. ایلالی، ا (۲۰۱۶). تجربه سالمندان از زندگی با دیالیز: یک مطالعه پدیدارشناسی.  
[https://www.amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/461/Files/7271/Jamiat\\_Gruh\\_Seni.xlsx](https://www.amar.org.ir/Portals/0/PropertyAgent/461/Files/7271/Jamiat_Gruh_Seni.xlsx)
۲. ذکریایی، ف (۱۳۸۶). نگاهی جامعه‌شناختی به تفاوت‌های جنسیتی در سالمندی: با تأکید بر شبکه روابط و حمایت‌های اجتماعی (مطالعه موردی شهر تهران)، (کارشناسی ارشد)، دانشگاه الزهرا.
۳. رهنما، ف (۱۳۹۰). بررسی رابطه بین طرد اجتماعی و رضایت از زندگی بین سالمندان شهر تهران. (کارشناسی ارشد)، دانشگاه الزهرا.
۴. کرمانی (۲۰۱۷). زندگی روزمره در تلگرام: کاربران ایرانی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی. *جامعه‌شناسی ایران*، ۱۸(۳)، ۳۸-۵۹.
۵. مورب (۱۳۸۵). *مقدمه‌ای بر سیاست‌گذاری‌های اجتماعی* (ع. ا. س. و. س. صادق، Trans.). تهران: مؤسسه عالی پژوهش تأمین اجتماعی.
۶. وضعیت توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران از منظر آمار و ارقام در سال ۹۸. (۱۳۹۸). Retrieved from <https://ito.gov.ir/fa/news/101654>
7. Baugess, B. (2015). *Examining social network site usage by older adults: A phenomenological approach.*
8. Bloch, N., & Bruce, B. C. (2011). Older adults and the new public sphere. *In Proceedings of the Poll conference* (pp. 1-7).
9. Braun, M. T. (2013). Obstacles to social networking website use among older adults. *Computers in Human Behavior*, 29(3), pp.673-680.
10. Cornejo, R., Tentori, M., & Favela, J. (2013). Enriching in-person encounters through social media: A study on family connectedness for the elderly. *International Journal of Human-Computer Studies*, 71(9), pp.889-899.

11. Coto, M., Lizano, F., Mora, S., & Fuentes, J. (2017). *Social media and elderly people: Research trends*. Paper presented at the International conference on social computing and social media.
12. Erickson, L. B. (2011). *Social media, social capital, and seniors: The impact of facebook on bonding and bridging social capital of individuals over 65*.
13. Finlay, L. (2014). Engaging phenomenological analysis. *Qualitative research in psychology*, 11(2), pp.121-141.
14. Gibson, L., Moncur, W., Forbes, P., Arnott, J., Martin, C., & Bhachu, A. S. (2010). Designing social networking sites for older adults. *Proceedings of HCI 2010 24*, pp.186-194.
15. Gilbert, E., & Karahalios, K. (2009). *Predicting tie strength with social media*. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems.
16. Hawkey, L. C., & Cacioppo, J. T. (2007). Aging and loneliness: Downhill quickly? *Current Directions in Psychological Science*, 16(4), pp.187-191.
17. Hope, A., Schwaba, T., & Piper, A. M. (2014). *Understanding digital and material social communications for older adults*. Paper presented at the Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
18. Lee, B., Chen, Y., & Hewitt, L. (2011). Age differences in constraints encountered by seniors in their use of computers and the internet. *Computers in Human Behavior*, 27(3), pp.1231-1237.
19. Lehtinen, V., Näsänen, J., & Sarvas, R. (2009). "A little silly and empty-headed"—older adults' understandings of social networking sites. *People and Computers XXIII Celebrating People and Technology*, pp.45-54.

20. Lenhart, A. (2009). Adults and social network websites.
21. Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*: Sage publications.
22. Nef, T., Ganea, R. L., Müri, R. M., & Mosimann, U. P. (2013). Social networking sites and older users-a systematic review. *International psychogeriatrics*, 25(7), pp.1041-1053.
23. Norval, C., Arnott, J. L., & Hanson, V. L. (2014). *What's on your mind? Investigating recommendations for inclusive social networking and older adults*. Paper presented at the Proceedings of the SIG-CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.
24. Pfeil, U. (2007). Online social support for older people. *ACM SIGACCESS Accessibility and Computing*(88), pp.3-8.
25. Powell, J. L., & Biggs, S. (2003). Foucauldian gerontology: A methodology for understanding aging. *Electronic Journal of Sociology*, 7(2), pp.1-14.
26. Prieto, G., & Leahy, D. (2012). *Online social networks and older people*. Paper presented at the International Conference on Computers for Handicapped Persons.
27. Putney, N. M., Alley, D. E., & Bengtson, V. L. (2005). Social gerontology as public sociology in action. *The American Sociologist*, 36(3-4), pp.88-104.
28. Trocchia, P. J., & Janda, S. (2000). A phenomenological investigation of internet usage among older individuals. *Journal of consumer marketing*.
29. Tufekci, Z. (2008). Grooming, gossip, facebook and myspace: What can we learn about social networking sites from non-users. *Information, Communication and Society*, 11(4), pp.544-564.