

رابطه توانمندسازی زنان از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی

مطالعه موردی: کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات

شیمای کریمی*، منصور وثوقی**

حسین آقاجانی مرسا***، زهرا حضرتی صومعه****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۳/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۹/۱۷

چکیده

هدف از مطالعه حاضر، بررسی نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی در توانمندسازی زنان است. مطالعه حاضر روش کمی از راهبرد پیمایش بوده است که بر روی کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران انجام شده است. زنان جامعه مورد مطالعه در سطح زیاد (۳۴.۶۶ درصد) از استفاده از شبکه‌های اجتماعی برخوردارند؛ که در این میان بالاترین مقدار میانگین از آن مؤلفه ارتقای حضور زنان در جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی (۳/۶۵) است. همبستگی کل و شدت رابطه نیز بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مؤلفه‌های توانمندسازی در زنان، ۰/۶۷۷ به دست آمد و در سطح معناداری ۰/۰۵ تأیید شد که نشان می‌دهد، رابطه معنادار قوی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط زنان و توانمندسازی آنها وجود دارد همچنین استفاده از شبکه‌های اجتماعی، به واسطه افزایش دانش زنان، کاهش انزوای آنها و افزایش مشارکت اجتماعی، موجب بهبود توانمندسازی آنان می‌گردد. مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها نیز، ۰/۷۹۷ بدست آمده است که نشان‌دهنده رابطه قوی بین متغیرهای مستقل و وابسته برقرار بوده است. در مجموع یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی، یکی از مؤثرترین روش‌ها در توانمندسازی زنان در عصر حاضر است و اثرات آن در ایجاد تغییرات اجتماعی در زنان، قابل اثبات است.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، توانمندسازی زنان، تعامل زنان، مشارکت زنان، اثربخشی زنان

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی گرایش گروه‌های اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران. sh.karimi63@yahoo.com

** استاد جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران، (نویسنده مسئول). vosooghi_mn@yahoo.com

*** دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. hos.aghajani@iauctb.ac.ir

**** استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. hazrati14@yahoo.com

مسئله پژوهش

در دنیای امروز که عصر ارتباطات و اطلاعات نام دارد و با توجه به پیشرفت‌های فزاینده در فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، یک بعد مهمی از توانمندی افراد و شکوفایی آن با واسطه استفاده از ابزارهای ارتباطی، هم در بخش مصرف و هم در بخش تولید مطرح است. یکی از ابزارهای مهم در راستای استفاده از رسانه، سواد رسانه‌ای است. در مطالعات پیشین مطرح کرده‌اند که سواد رسانه‌ای انتقادی عبارت است از توانایی در تجزیه و تحلیل نقادانه قراردادهای و اطلاعات رسانه‌ای، توانایی در انتقاد از مفاهیم و ارزش‌ها، داشتن ایدئولوژی و شایستگی برای تفسیر مفاهیم متعدد و پیام‌های تولیدشده توسط متون رسانه‌ای است. در حقیقت، افراد را به جهتی هدایت می‌کند تا از رسانه به صورت هوشمندانه استفاده کنند و با دیدگاه هوشمندانه خود، محتوای اطلاعات را ارزیابی، اشکال اطلاعات را تشریح انتقادی، اثرات و استفاده از آنها را بررسی کنند. این توانمندی، دارای ابعاد دیگر شامل، تحصیلات، میزان درک از هدفمندی، نوع فعالیت، تجربه استفاده از اینترنت نیز است (Ratheeswari, 2018: 45).

بنابراین می‌توان عنوان کرد که شاخص‌هایی که در دایره مهارت‌ها از جمله سواد انتقادی رسانه‌ای، تجربه استفاده از اینترنت، نوع فعالیت‌ها، هدفمندی فعالیت و ... قرار دارند، در نهایت به توانمندی منجر می‌شوند. مطالعه‌ای نشان داده است که در کل دنیا، استفاده از اینترنت برای زنان، فرصت‌های نوینی فراهم کرده است و آنان می‌توانند با ورد به شبکه‌های اجتماعی و روی آورده به گفتگوهای بین‌المللی، برای احقاق حقوقشان، مبارزه کنند. اهمیت موضوع توانمندسازی زنان تا حدی است که در برنامه چهارم توسعه کشور به عنوان یکی از مهم‌ترین وظایف سازمان‌های حمایتی مطرح، و در ماده ۱۰۲ و ۱۱۲ به طور مستقیم به آن اشاره شده است. در ماده ۹۷ این قانون پیش‌بینی آموزش‌های اجتماعی، به منظور پیشگیری از کاهش آسیب‌های اجتماعی محورهای توانمندسازی افراد و گروه‌های در معرض آسیب، ارتقای مهارت‌های زندگی را در نظر گرفته است (کیایی و همکاران، ۱۳۹۶). در حقیقت، یکی از مؤلفه‌های پیشرفت هر

کشوری، اطمینان از توانمندی زنان آن کشور در جهت بهبود کیفیت زندگی آنهاست. با توجه به پیشرفت فناوری اطلاعات و ارتباطات، یکی از راه‌های اطلاع از توانمند شدن زنان، مطالعه استفاده زنان از فرصت‌های کنونی در بستر فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، در جهت پیشبرد منافعشان است. رسانه‌های ارتباط مجازی، برای هر زن، این فرصت را مهیا می‌سازد که به بیان خود، اندیشه‌ها و باورهایش بپردازد. چنین زنی، می‌تواند با داشتن هدف، دانش اجتماعی و سواد رسانه‌ای، با ارائه درونیات خود به شکل صحیح، از مصرف‌کننده خارج شده و به تولید بپردازد.

گرچه در خیلی از مطالعات صورت گرفته محققین بر این باورند که آثار منفی عضویت در شبکه‌های اجتماعی بر روی زنان بیشتر از آثار مثبت آن است و عده‌ای هم از نگاه جنسیتی به این موضوع نگاه کرده‌اند. مثلاً هافکین معتقد است که با لحاظ کردن مباحث جنسیتی، فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات از جمله شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند به‌عنوان ابزاری قدر در جهت بهبود برابری جنسیتی و افزایش توانمندی‌های زنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی عمل کنند (Dholakia, Dholakia, & Kshetri, 2004). در جواب می‌توان گفت استفاده از شبکه‌های ارتباطی با واسطه سواد رسانه‌ای برای زنان موجب استفاده انتقادی از اطلاعات و کمک به تأثیر در گفتمان عمومی می‌شود (Björk, Sjöström, Johansson, & Samuelsson, 2014:490).

بنابراین، می‌توان گفت که مؤلفه‌هایی که در زیرمجموعه مهارت‌ها از جمله دانش رسانه‌ای، میزان فعالیت در شبکه‌های مجازی، هدفمندی فعالیت، اشتراک تجربیات، اعتمادبه‌نفس و دوری از انزوا، درنهایت به توانمندی زنان می‌انجامد. وندی هارکرت، عنوان داشته است که استفاده از فضای مجازی برای زنان در سرتاسر جهان، فرصت‌های جدیدی فراهم کرده است تا برای دستیابی به حقوقشان با ورود به گفتگوهای فرامرزی با زنان دیگر فرهنگ‌ها، به مبارزه بپردازند (استیونسن، ۱۳۸۴: ۱۱۹-۱۱۸).

با اینکه بحث توانمندسازی زنان از جمله مباحثی هست که در دهه گذشته بسیار مورد بحث قرار گرفته است ولی هنوز هم زنان سنتی در جوامع در حال توسعه در حال زندگی می‌باشند. زنانی که به لحاظ اجتماعی محروم‌اند، با استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند خود را توانمند کنند و در تعامل با دنیا، صدای خود را به گوش افراد تأثیرگذار در زندگی‌شان از جمله رهبر و مدیران جامعه برسانند (Zhang, 2005: 6).

در جامعه ایرانی نیز، مسئله توانمندسازی زنان، یک چالش محسوب می‌گردد. فرخی (۱۳۷۶: ۷۶) معتقد است که توانمندسازی زنان در جامعه ایرانی، به این معنی است که آنها بر شرم بی‌مورد خود فائق آیند، رفتار و گفتار آنها نشان‌دهنده اعتماد به نفس باشد، بتوانند با دیگران ارتباط برقرار کرده و به اشتراک تجربیات درونی خود بپردازند، قدرت رویارویی با مشکلات را داشته باشند، در جهت عملی کردن اهداف خود بکوشند. فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، زمینه‌ساز یک فرصت بالقوه برای توانمندی به شمار می‌آیند که در سایه دسترسی برابر زنان و مردان به دامنه گسترده اطلاعات فراهم می‌شود. این مسئله برای زنان در کشورهای در حال توسعه و به‌ویژه ایران، اهمیت بیشتری دارد، چراکه بر اساس تجربه سازمان بین‌المللی کار، در موقعیتی که راه توانمندسازی زنان محدود است، دسترسی به اطلاعات، بهترین راه برای میانبر کردن این محدودیت‌ها، به شمار می‌رود. در واقع، فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، راهی است که زنان ایرانی را قادر می‌کند تا وارد کارزار برای توانمندی و مطرح شدن در عرصه‌های اجتماعی، سیاسی و اقتصادی شوند (برهانی و لالمی، ۱۳۸۸: ۱۲۰). نیل به این مهم، نیازمند فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی می‌باشد.

هرچند که برخی صاحب‌نظران با دیدگاه محافظه‌کارانه‌تری به شبکه‌های اجتماعی و گفتمان‌های رسانه‌ای می‌نگرند و تمام مخاطرات احتمالی را در تئوری‌های خود لحاظ می‌کنند، از جمله ملحم و تادون که معتقدند، دسترسی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، هم محاسن و هم معایب خود را دارد، به‌نحوی که هم دانش اجتماعی را ارتقا

می‌دهد و از سویی دیگر، می‌تواند موجب ایجاد شکاف بیشتر و عمیق‌تر جنسیتی و اجتماعی شود (Melhem; Morell & Tandon, 2009). توانمندسازی تغییری در زندگی افراد است که با آن به توانایی می‌رسند و از زندگی انسانی و شأن و کرامت برخوردار می‌شوند. همچنین به ویژگی‌های بیرونی مانند سلامت، تحرک، آموزش و آگاهی، کسب جایگاه در خانواده، مشارکت در تصمیم‌گیری و میزان امنیت مادی و خصوصیات درونی مانند خودآگاهی و اعتمادبه‌نفس دست (naz et al, 2011: 55)). بسیاری از پژوهش‌گران عنوان داشته‌اند که اعتمادبه‌نفس، آگاهی و عزت‌نفس، گام‌های نخستین و ضروری برای رسیدن به توانمندی است. آگاهی نیز شامل دو حوزه اصلی است: آگاهی در فرایند توسعه و آگاهی اجتماعی. آگاهی در فرایند توسعه، به معنای کسب مهارت برای مشارکت در فرایند توسعه و یافتن راهکارهای رسیدن به نتیجه در این امراند و آگاهی اجتماعی به معنای آگاهی‌های دریافت شده از سوی فرد است که به‌واسطه امور آموزشی، رسانه‌ای و جامعه، در قالب آموزه‌های گروهی و خانوادگی به فرد منتقل می‌شود (Mayoux, 1995).

در دنیای کنونی، علیرغم نقش زنان در امور اجتماعی، در امور مربوط به توسعه، نقش چندانی ندارند (Vandewater, Ostrove, & Stewart, 1997: 74). موانع مختلفی بر سر راه زنان، برای رسیدن به این مهم وجود دارد، از جمله موانع فرهنگی، اجتماعی و ساختاری که دسترسی آنها و ارائه خدمات به نهادهای رسمی و غیررسمی و مشارکت در توسعه را کم‌رنگ می‌کند (King & Hill, 1993). بدیهی است که برای مدیریت و کنترل هر منبع خاص، مستلزم دستیابی به آن منبع و بسترسازی برای استفاده از آن منبع است. این منابع نیز شامل منابع اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است. به‌طورکلی، هم زنان و هم مردان، نیازمند دسترسی به طرح‌های مختلف منابع بر اساس میزان تولید، تولیدمثل و مدیریت در جامعه هستند (Betz, 2008).

از طرفی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، فضایی می‌سازد که زنان مستقل از آنچه در نظام اجتماعی و در سطح جامعه، تحت عنوان شرم، شناخته می‌شود و منجر به ایجاد

هراس و اکراه از گفتن برخی از گفتارها و کردارها می‌شود، بتواند در جهت بازگو کردن عقاید خود عمل کند. اما باید در نظر داشت که اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، بستر و فرصتی فراهم می‌آورد که زنان در صورت داشتن مهارت استفاده بهینه از آن، می‌توانند از این فرصت استفاده کنند. در واقع، زنان با داشتن مجموعه این مهارت‌ها، توانمندی کسب می‌کنند.

فضای مجازی و استفاده از رسانه‌های ارتباطی آن، این امکان را به زنان می‌دهد که آگاهانه دست به انتخاب بزنند و سواد و مهارت لازم را برای کاربردی کردن انتخاب‌هایشان فراهم می‌کند. فرخی (۱۳۷۶: ۷۷) معتقد است که قواعد اجتماعی در طول زمان و نقش دست‌دوم زنان در عهده دارای وظایف اجتماعی، خود آنان را نیز متقاعد نموده که نمی‌بایست وظایف اصلی و اولیه را در جامعه عهده‌دار شوند و چندان مفهوم واقعی فرایند توانمندی را درک نمی‌کنند. به همین علت است که زنان از فرصت‌هایی که فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در اختیارشان قرار می‌دهد، نمی‌توانند در جهت تعریف نقش‌های جدید و اهمیت دادن به زن در تصمیمات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی استفاده کنند، چراکه خود زنان نیز تحت تأثیر اندیشه‌های حاکم نظام اجتماعی مردسالار قرار دارند و از فضایی که شبکه‌های اجتماعی بدون محدودیت‌ها و موانع دنیای واقعی، عملاً برای بازنشر همان اندیشه‌ها استفاده می‌کنند و خود ادامه‌دهنده چرخه مردسالار می‌باشند. بنابراین، زنان نیازمند مهارت‌هایی هستند که بتوانند از شدت تأثیر نظام اجتماعی مردسالار بکاهند.

آیا مجموعه این مهارت‌ها و ماحصل استفاده از آنها (توانمندی) است که نهایتاً می‌تواند زنان را توانمند کند تا از رسانه‌های اجتماعی و مشارکتی از جمله شبکه‌های اجتماعی برای رسیدن اهدافشان و نیل به برابری‌های جنسیتی که می‌تواند مشارکت در نظام اجتماعی را به دنبال داشته باشد، بهره ببرند؟ توانمندی به چه معناست؟

در پاسخ به سؤالات مطرح‌شده باید گفت، توانمندی در تعریف به معنای توسعه حقوق انسان در آزادی عمل و ظرفیت‌های رفتاری انسانی است. این تعریف نشان از

افزایش اختیارات و قدرت فرد در انتخاب منابع و اعمال‌نظر در تصمیمات زندگی است. وقتی انسان، در چارچوب حقوق واقعی خود زندگی کند، کنترل بیشتری بر شرایط زندگی خود دارد. توانمندی زنان فرایندی است که در طی آن، زنان در حالت محروم از توانایی‌های مدیریتی خود، سعی در دسترسی بیشتر به منابع و تلاش برای رسیدن به این توانایی هستند. توانمندسازی، دامنه گسترده‌ای از حقوق فردی شامل، حق انتخاب، مدیریت، قدرت و زیرشاخه‌های مربوط به آنها را شامل می‌شود. این مفاهیم، عمدتاً به توانایی زنان برای تصمیم‌گیری و عوامل مؤثر بر آنها، اشاره دارد. بنابراین توانمندسازی زنان، فرایندی است که توانایی زنان را برای ایجاد تغییر در ساختارها و بسترهای نادرستی که آنان را در موقعیت وابستگی قرار می‌دهد، افزایش می‌دهد. بنابراین، در این فرایند، زنان به قدرت و کنترل بیشتری بر منابع یافته و احساس استقلال و اعتمادبه‌نفس در آنها تقویت می‌شود که موجب افزایش عزت‌نفس آنها شده و اثربخشی و توانمندی آنها در جامعه بیشتر می‌گردد (Cornwall, 2016: 355; Malhotra & Schuler, 2005: 81; Mosedale, 2005: 250).

زنان با حضور در شبکه‌های اجتماعی در چنین چارچوبی قرار می‌گیرند، اما اینکه در این مقاله چه رفتاری از خود نشان می‌دهند و قرارگیری در این بستر چه اثراتی را برای زنان به ارمغان می‌آورد بحثی است که در سال‌های اخیر بسیار موردتوجه پژوهشگران و جامعه‌شناسان قرار گرفته است لذا در این مقاله هدف پاسخگویی به این سؤال است که چه دیدگاه نسبت به شبکه‌های اجتماعی در جهت رشد فردی زنان وجود دارد؟ و دید زنان به این شبکه‌های اجتماعی چیست؟ آیا به دید یک دایره اطلاعاتی، محیطی برای اشتراک تجربیات شخصی، گسترش دیدگاه‌های فردی، قرار گرفتن در شبکه نامتناهی اطلاعاتی و به‌موجب آن، کاهش انزوا، می‌نگرند یا خیر.

در این مقاله، هدف محققین پاسخ به این سؤال است که آیا استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دانش بیشتر زنان، اعتمادبه‌نفس بالاتر، کاهش انزوای اجتماعی، اشتراک تجربیات، گذر از اندیشه‌های سنتی، تحرک بیشتر اجتماعی، ارتقای حضور زنان در

رابطه توانمندسازی زنان از طریق شبکه‌های ... ۴۵

جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی و تعامل زنان با زنان همفکر و هم‌عقیده می‌شود یا خیر؟

مرور پیشینه‌ها

در بخش پیشینه تحقیق، به بررسی مطالعات در دو حوزه توانمندسازی زنان و استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در جایگاه زنان می‌پردازیم. خلاصه پژوهش‌های مورد بررسی در جدول ۱، آورده شده است.

جدول ۱- پیشینه پژوهشی مرتبط با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و توانمندسازی زنان

محققین	نام پژوهش	نوع پژوهش	نتایج
هومن و عبداللهیان (۱۳۹۹)	نقش شبکه‌های اجتماعی در توانمندی زنان از منظر صاحب‌نظران حوزه زنان، جنسیت و ارتباطات	کیفی- مطالعه موردی و توصیفی	یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی که شبکه‌سازی و سهولت در تبادل اطلاعات را تسریع می‌بخشند، پیامدهای قابل توجهی برای توانمند شدن زنان از جمله امکان خوداشتغالی، جسارت در اظهار خود، به اشتراک‌گذاری دانش و مهارت، افزایش خودآگاهی جنسیتی و روحیه مطالبه‌گری، بازاندیشی در هویت زنانه و ... را نیز به همراه دارند. باین وجود، به نظر می‌رسد دولت و نهادهای سیاست‌گذار در اعمال سیاست‌گذاری مناسب در جهت بهره‌وری از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی هنوز به موفقیت‌های لازم دست نیافته‌اند و با مقاومتی که ناشی از اتخاذ رویکرد سیاسی نسبت به این شبکه‌ها دیده می‌شود، ظرفیت‌های واقعی شبکه‌ها به هدر رود و جنبه‌های سطحی این شبکه‌ها از جمله تبادل عکس و متن و سرگرمی برای کاربران پررنگ شود.

<p>بر اساس نتایج این مطالعه، میزان نفوذ شبکه‌های اجتماعی آنلاین در میان زنان باردار شهر کرمان زیاد است. در صورتی که اطلاعات صحیح، مناسب و قابل اعتماد در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به اشتراک گذاشته شود، این شبکه‌ها می‌توانند بستر مناسبی برای بهبود سطح آگاهی، دانش و سواد سلامت زنان باردار و تبادل اطلاعات و تجربیات میان آنها را فراهم آورند.</p>	<p>توصیفی- تحلیلی</p>	<p>بررسی نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین و نقش آنها در به اشتراک گذاری اطلاعات سلامت در میان زنان باردار شهر کرمان</p>	<p>عباسی و همکاران (۱۳۹۸)</p>
<p>یافته‌ها نشان می‌دهد بر طبق مقدار آزمون $t = ۰/۶۲۳$ با توجه به درجه آزادی $d.f = ۰/۳۱۸$ همچنین بر اساس معدل نظری متغیر $Test Value = ۴۳$ با قبول خطای بیشتر از $Sig = ۰/۵۳۴۱$ می‌توان نتیجه گرفت که توانمندسازی فرهنگی از نظر و درجه اطمینان بیش از ۶۲ پاسخگویان معنادار نیست و با میانگین نظری تفاوت معناداری دارد؛ یعنی می‌توانیم فرضیه خنثی را که نشانگر نبود رابطه است، بپذیریم. و رسانه‌های نوشتاری تأثیرگذاری لازم را بر نگرش مخاطبان و باورهای جامعه از نظر پذیرش توانمندی زنان در حوزه اجتماع و اشتغال و انعکاس زنان توانمند نداشته و با وجود نگاه مثبت صاحبان و رؤسای مشاغل به توانمندی زنان در این حوزه، تأثیر و انعکاس این رسانه‌ها در این زمینه خنثی بوده است. همچنین رسانه‌های نوشتاری چاپی بیشترین تأثیرگذاری را بر دو بعد توانمندسازی اجتماعی، یعنی آگاهی و اعتماد زنان داشته است. در این بین، توجه به بعد آموزش از توانمندسازی فرهنگی در محتوای رسانه‌های نوشتاری مشاهده می‌شود.</p>	<p>کمی و پیمایشی</p>	<p>تحلیل اثر رسانه‌های نوشتاری (الکترونیکی و چاپی) بر توانمندسازی زنان شاغل</p>	<p>کیایی و همکاران (۱۳۹۶)</p>

<p>این تحقیق با هدف توصیف چگونگی خودبازنمایی زنان در فضای آنلاین اینستاگرام با استفاده از روش تحلیل محتوا و تحلیل متنی به مطالعه تصاویر ارائه‌شده در این شبکه اجتماعی پرداخته است که از سوی زنان شهر ارومیه به اشتراک گذاشته می‌شود. در این پژوهش سعی شده به این پرسش پاسخ داده شود که زنان شهر ارومیه چگونه خود را بازنمایی می‌کنند. در این تحقیق برای نمونه متن اینستاگرام ۱۵۲ زن ارومیه‌ای که رضایت داشتند تا صفحاتشان بررسی شود مورد تحلیل قرار گرفته است. به طوری که از صفحه هر کدام به طور میانگین ۲۰ پست ارائه شده در نظر گرفته شده است. پس از بررسی‌های صورت گرفته این نتیجه حاصل شد که زنان در صفحات اینستاگرامی خود به ترتیب اولویت به بازنمایی تصاویر فرزندان خود به صورت انفرادی، تصاویر تزیینی، بازیگر، گرافیک و نقاشی و نهایتاً عکس‌های سلفی انفرادی و دوستانه و خانوادگی می‌باشد.</p>	<p>کمی - تحلیل محتوا</p>	<p>مطالعه خود بازنمایی زنان در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه مورد مطالعه: پست‌های اینستاگرامی زنان ارومیه</p>	<p>حاتمی (۱۳۹۶)</p>
<p>نتایج استنباطی داده‌ها نشان داد که بین شبکه‌های اجتماعی مجازی و دل‌زدگی زناشویی رابطه معنادار وجود دارد بین آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی و رضایت از زندگی رابطه وجود ندارد بین جهت‌گیری مذهبی و دل‌زدگی زناشویی رابطه معکوس و معنادار بین جهت‌گیری مذهبی و رضایت از زندگی رابطه مثبت و معنادار وجود دارد همچنین نتایج استنباطی داده‌ها نشان داد که بین همه دبیران زن و مرد ناحیه ۱ زاهدان حداقل از لحاظ یکی از متغیرهای وابسته آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی جهت‌گیری مذهبی دل‌زدگی زناشویی و رضایت زندگی تفاوت معنی‌داری وجود دارد.</p>	<p>کاربردی - توصیفی از نوع همبستگی</p>	<p>مقایسه و بررسی رابطه آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و جهت‌گیری مذهبی با دل‌زدگی زناشویی دبیران زن و مرد ناحیه ۱ زاهدان</p>	<p>قلعه‌نو و فرنام (۱۳۹۴)</p>

<p>یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین متغیرهای مدت‌زمان عضویت کاربران در کلوب، میزان استفاده از کلوب، میزان مشارکت و فعالیت در کلوب و میزان اهمیت کلوب برای کاربران با میزان سرمایه اجتماعی، رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین متغیرهای مستقل وارد شده در مدل رگرسیونی پژوهش توانسته‌اند ۳۰ درصد از تغییرات سرمایه اجتماعی پاسخگویان را تبیین کنند. در مجموع، نتایج پژوهش حاکی از آن است که شبکه اجتماعی کلوب می‌تواند باعث افزایش سرمایه اجتماعی کاربران خود شود.</p>	<p>کاربردی- کمی - پیمایشی</p>	<p>تأثیر شبکه اجتماعی کلوب بر سرمایه اجتماعی دختران و زنان شهر تبریز</p>	<p>عدلی پور و همکاران (۱۳۹۴)</p>
<p>این پژوهش که بر مبنای ده فرضیه نوشته شده است که با نتایج و تحلیل‌های آماری برخی رد و برخی پذیرفته شده است به‌عنوان مثال با توجه به سطح شبه پارامتریک متغیرها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. این آزمون در فاصله اطمینان ۹۵ درصد سنجش شده است سطح معنی‌داری برابر ۰.۰۹۱ که از سطح ۰.۰۵ بزرگ‌تر می‌باشد و نشان از عدم معنی‌داری طول مدت استفاده و تغییر رفتار است. نتایج حاصل از تحلیل داده‌ها نشان دهنده تغییر رفتار کاربران در زمینه‌های فردی، عاطفی، خانوادگی و اجتماعی با تأثیرپذیری از میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد، همچنین نوع فعالیتی که کاربران در این فضا دارند، بر ایجاد تفاهم ارتباطی نقش دارد، یعنی کاربران با استفاده از زبان و مفاهیم مشترک به گفتگو در این فضا پرداخته و مقاصد ارتباطی را دنبال می‌کنند.</p>	<p>کمی- پیمایشی</p>	<p>نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی (موردمطالعه: دختران و زنان دانشجوی دانشگاه‌های تهران در سال ۱۳۹۲)</p>	<p>سیف‌اللهی و شاطری (۱۳۹۴)</p>
<p>این مقاله ابتدا چگونگی ارتباط عضویت SHG با مشارکت سیاسی، آگاهی و استفاده از طرح‌های استحقاق دولت را بررسی می‌کند. در ادامه اثر عضویت SHG در</p>	<p>کمی- پیمایشی</p>	<p>شبکه‌های اجتماعی، تحرک و مشارکت</p>	<p>Kumar et al (2019)</p>

<p>اقدامات مختلف شبکه‌های اجتماعی و تحرک بررسی می‌شود. با استفاده از داده‌های جمع‌آوری شده در سال ۲۰۱۵ در پنج ایالت هند و روش‌های تطبیق برای اصلاح ناهمگنی عضویت SHG، درمی‌یابیم که اعضای SHG از نظر سیاسی بیشتر درگیر هستند. طبق نتایج بدست آمده اعضای SHG نه تنها بیشتر از افراد غیر عضو از برخی حقوق عمومی مطلع هستند، بلکه به‌طور قابل توجهی از تعداد بیشتری از طرح‌های استحقاق عمومی بهره‌مند می‌شوند. علاوه بر این، اعضای SHG دارای شبکه‌های اجتماعی گسترده‌تر و تحرک بیشتری در مقایسه با غیر عضو هستند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که SHG ها توانایی افزایش اعضای خود را در پاسخگویی نهادهای عمومی و مطالبه آنچه به‌حق آنها است، دارند.</p> <p>برآوردهای OLS نشان می‌دهد که عضویت با این احتمال که زن پاسخ‌دهنده حداقل یک مورد از پنج زیر نمونه تصادفی انتخاب شده از زنانی را که در مورد او سؤال شده است، می‌داند رابطه مثبت دارد ($p < 0.05$)، بخشی از یک گروه اجتماعی است که حداقل یک از این پنج زن ($p > 0.01$) و حداقل در شش ماه گذشته با حداقل یکی از پنج زن صحبت کرده است ($p > 0.05$). هنگامی که اعضای SHG با افراد غیرعضوی مشابه مطابقت دارند، ما اثرات مشابه عضویت را تشخیص می‌دهیم ($p > 0.01$)، با اینکه زن پاسخ‌دهنده احتمالاً حداقل یکی از پنج زن را می‌شناسد، به‌عنوان عضوی از یک گروه اجتماعی با آنها، و اگر او عضو SHG باشد حداقل در شش ماه گذشته با حداقل یکی از آنها صحبت کرده باشد. با توجه به نحوه فعالیت گروه‌های خودیاری و نحوه سازمان‌دهی آنها، این نتایج انتظار می‌رود.</p>	<p>سیاسی: پتانسیل گروه‌های خودیاری زنان برای بهبود دسترسی و استفاده از طرح‌های حقوقی عمومی در هند</p>	
--	---	--

<p>این مطالعه بیانگر آن است که رسانه‌ها ابزارهای خوب و کاربردی برای انتشار افکار مثبت هستند که به‌منظور تبیین نقش زنان در جامعه مدرن، نقش آنان در پیشرفت اقتصاد و انتقال ایده‌های خوب به زنان جوان در توانمندسازی اقتصادی آنها عمل می‌کنند، همچنین نقش مهمی در ایجاد کمپین رفع تبعیض علیه زنان دارند.</p>	<p>کیفی - مطالعه موردی</p>	<p>نقش رسانه در تسریع توانمندسازی زنان</p>	<p>Narayana & Ahamad (2016)</p>
<p>آن‌ها دریافته‌اند که رسانه‌های جدید یک ابزار قدرتمند برای توانمندسازی جنسیتی، رسانه‌های جدید زنان در کشورهای در حال توسعه مانند هندوستان هستند. به باور آنها، این رسانه‌های جدید، روی توانمندسازی زنان در حوزه‌هایی مانند آموزش، سواد، بهداشت و سلامت، دانش، سبک زندگی و ... متمرکز شده‌اند.</p>	<p>کیفی - مطالعه موردی</p>	<p>توانمندسازی زنان نقش رسانه‌های جدید</p>	<p>Khan & Moin (2013)</p>
<p>آن‌ها یافته‌اند که در جامعه کنونی، آگاهی جنسیتی، منجر به ارائه فعالیت‌هایی می‌شود که زنان عزت‌نفس، اعتماد به نفس و قدرت امور اجرایی می‌دهد که در راستای کسب آگاهی، تحصیلات بالا و دستیابی به آگاهی کامل از حقوق شرعی و قانونی زنان، از جانب تمامی افراد جامعه اعم از مرد و زن، پذیرفته شده است. نتایج ضریب همبستگی پیرسون، همبستگی مثبت و معناداری با عوامل آموزشی و ترویجی، مشارکت در تصمیم‌گیری خانواده، عوامل اجتماعی، پویایی فضایی، عوامل اقتصادی، عوامل عزت‌نفس و توانایی مقابله با شوک‌ها و استرس‌ها با خود- نشان داد. کارایی زنان روستایی. همچنین بین سن و خودکارآمدی زنان روستایی رابطه منفی و معناداری وجود داشت. تجزیه و تحلیل رگرسیون چند گام به گام نشان داد که فاکتورهای اقتصادی ($R^2 = 0/437$)، عامل آموزشی و ترویجی ($R^2 = 0/507$)، عزت‌نفس ($R^2 = 0/539$) و عامل اجتماعی ($R^2 = 0/545$) مهم‌ترین عامل در بروز متغیر وابسته (به ترتیب خودکارآمدی زنان روستایی).</p>	<p>کمی و پیمایشی</p>	<p>بررسی تأثیر حمایت اجتماعی بر توانمندسازی زنان</p>	<p>Kaldi & Salahshori (2012)</p>

جمع‌بندی پیشینه پژوهشی

در غالب مطالعاتی که در این حوزه انجام‌گرفته به بررسی نقش حمایت اجتماعی بر توانمندسازی زنان پرداخته‌شده ولی ابعاد و شاخص‌های توانمندسازی زنان توصیف نشده است و همچنین در مطالعات قبلی بیشتر از زاویه فمینیستی به قضیه نگاه شده است که همچنین دیدگاهی در مقاله ما وجود ندارد و از زاویه تواناسازی زنان به‌عنوان یک عنصر تأثیرگذار به قضیه نگاه شده است و اینکه سرمایه‌گذاری در راستای توانمندسازی زنان از طریق ارتقای سطح دانش، اعتمادبه‌نفس و توانمندی‌های فردی، اجتماعی و حرفه‌ای آنان و آماده‌سازی برای افزایش مشارکت در جامعه سهم بسزایی در تحقق اهداف توسعه‌ای، افزایش بهره‌وری عوامل تولید، سطح درآمد و درنهایت ارتقای کیفیت زندگی آنان خواهد داشت. و دیدگاه فمینیستی در این پژوهش نسب به این قضیه وجود ندارد. بیشتر مطالعات تاکنون مبتنی بر نقش شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی بوده و مؤلفه‌هایی که به‌عنوان متغیر پنهان در این پژوهش مطرح می‌باشد، موردتوجه قرار نگرفته است همچنین به متغیر توانمندسازی زنان به‌عنوان متغیر وابسته الگو در مطالعات قبلی اشاره‌ای نشده است. از این‌رو این پژوهش به بررسی عمیق و دقیق متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتباط آنها با مؤلفه‌های توانمندسازی زنان پرداخته و از این جهت دارای نوآوری می‌باشد و این خلأ مطالعاتی را پر کرده است. همچنین در اکثر مطالعات به بررسی تبعات منفی و مخرب شبکه‌های اجتماعی در زندگی زنان پرداخته‌شده است و کمتر به نتایج و آثار مثبت این شبکه‌ها بر زندگی زنان پرداخته‌شده است، که این پژوهش نگاه متفاوتی دارد و به آثار و نتایج مثبت عضویت زنان در شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. که از این جهت نیز م.ا.ری محسوب می‌گردد. همچنین مطالعات بسیار زیادی که در این حوزه صورت پذیرفته و بدلیل گستره موضوعی آن سعی شده به برخی از جنبه‌ها مانند تحرک و مشارکت سیاسی، نقش رسانه در تسریع توانمندسازی، تأثیر حمایت اجتماعی بر روی زنان، تأثیر رسانه‌های

نوشتاری بر روی زنان، همچنین در تعداد معدودی از مقالات به تأثیر رسانه‌ها در سلامت زنان اشاره شده است. ولی تاکنون مطالعه جامع و کاملی در خصوص تمام مؤلفه‌های توانمندسازی زنان، به صورت یکجا انجام نشده که از این حیث این پژوهش نوآوری در این حوزه محسوب می‌گردد. هدف از توانمندسازی زنان در این پژوهش فرایندی است که طی آن زنان نسبت به باورهای سنتی خود انعطاف‌پذیرتر می‌شوند، سطح آگاهی را در خود تقویت می‌کنند و در اجتماعات بخصوص اجتماعات مجازی حضور فعال دارند. این مقاله به صورت جامع سعی کرده تمام مؤلفه‌های جمع‌آوری شده در خصوص توانمندسازی زنان را به صورت کمی و پیمایشی، مورد تحلیل قرار دهد و به بسط نتایج آن بپردازد.

چارچوب نظری پژوهش

تحقیقات داخلی و خارجی مؤید این ادعاست که حضور زنان در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی اثرگذاری‌هایی را بر نحوه رفتارها، نگرش، نوع ارتباطات و نحوه فعالیتشان می‌گذارد. مروری بر پژوهش‌های مختلف در بحث توانمندی زنان نشان می‌دهد که تعاریف متعددی از این مفهوم وجود دارد و صاحب‌نظران به جنبه‌های گوناگونی از توانمندی پرداخته‌اند (Kabeer, 2000; Barden & Reeves, 2000; Barden & Oxaal, 1997; Dejenem, 2003; Ogato, 2013). با این حال، مفاهیمی چون کنترل انتخاب، حق برخورداری، دسترسی به منابع، احساس اعتماد به نفس بیشتر و استقلال، قدرت تصمیم‌گیری و... در بسیاری از تعاریف مورد توجه قرار گرفته است.

Adebayo معتقد است که ارتقای آگاهی در زنان موجب ارتقای اعتماد به نفس در زنان و بهبود توانمندی‌های اجرایی می‌گردد و در همین راستا، زنان با تحصیلات بالاتر در جامعه توانمندتر شناخته شده و نقش اجتماعی بیشتری دارند (Adebayo & Adesope, 2007: 87).

فرید شیرازی (۲۰۱۲) در پژوهشی به این بحث پرداخته است که با ورود اینترنت به ایران، زنان از این ابزار ارتباطی نه فقط برای دسترسی به اطلاعات، بلکه برای ابراز نگرانی‌هایشان در خصوص تبعیض‌های جنسیتی و همچنین برای مشارکت در محافل عمومی بهره برده‌اند. در واقع، اینترنت و فضای وب از مؤلفه‌های اصلی شکل‌گیری و بازنمایی هویت در زنان در جوامع جدید است که به‌نوعی برای زنان فرصت خودنمایی و خود گشودگی فراهم می‌آورد تا بتوانند قابلیت‌ها، استعدادها، مهارت‌ها و دیدگاه‌های خود را به جامعه عرضه کنند و تصویر جدیدی از هویت، جنسیتی خودشان نشان دهند که این امر از منظر جامعه‌شناختی بسیار اهمیت دارد (Shirazi, 2012:49). از طرفی توانمندسازی زنان برای فرآیند توسعه کشور امری مهم و ضروری است؛ به‌طوری‌که برخی سیاست‌گذاران، معتقدند توسعه بدون مشارکت فعال زنان میسر نخواهد شد (Bala, 2017; Nord & et al, 2017).

همچنین جوانمرد عنوان کرده است که شرکت دادن زنان در عرصه اجتماعی به‌عنوان راهی برای توانمندسازی آنان و از عوامل مهم توسعه اجتماعی است، چراکه با ایجاد فعالیت‌های اجتماعی، هم به ماهیت زنان و هم به اقتصاد خانوار کمک شایانی می‌شود (Javanmardi, Noroozi, Mostafavi, & Ashrafi-Rizi, 2018:79). بنابراین از جنبه‌های مثبت می‌توان عضویت زنان را در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داد. شیرازی در مطالعه خود اشاره به این مطلب داشته است که شبکه‌های اجتماعی موجب تغییر در نگرش‌های سنتی افراد به مسائل می‌شوند، به‌نحوی‌که بنا بر تعدد حجم تبادل اطلاعات از منابع مختلف، به مخاطبان قدرت انتخاب بیشتر ارائه کرده است و به همین علت، افراد استفاده‌کننده از این شبکه‌ها، دید گسترده‌تری به مسائل دارند که موجب تغییر در نحوه زندگی و تصمیم‌گیری آنها شده است و به‌نوعی موجب گذر از باورها و اندیشه‌های سنتی و ظهور تفکرات منطقی شده است (Shirazi, 2012:50). تغییرات ارتباطات بین فردی، موجب تغییر در الگوهای ارتباطی در سطح جامعه شده است. اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، از نفوذ ارتباطی بسیاری در میان مردم برخوردار

هستند و در تمامی ابعاد زندگی اثر می‌گذارند، به نحوی که تمامی ابعاد حیات فردی و جمعی افراد، متأثر از آن می‌باشد. ظهور شبکه‌های اجتماعی، به عنوان برجسته‌ترین راه ارتباطی فعلی، نمایانگر پیشرفت فناورانه انسان امروزی است که نقش آن در ایجاد و تغییرات اجتماعی، و به خصوص تغییرات ارزشی، غیرقابل‌انکار است (Shirazi, 2012:52).

Nord معتقد است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجب تسریع و ارتقای اشتراک اطلاعات بین افراد شده است چراکه استفاده از فضای مجازی به عنوان ابزار نوین ارتباطی، جهان را به شبکه‌ای تبدیل کرده است که در آن، فواصل زمانی و مکانی، از بین رفته، و به افراد این امکان را می‌دهد که مستقل از زمان و مکان، اطلاعات را به اشتراک بگذارند، از اطلاعات استفاده کنند و با افراد در سرتاسر کره زمین ارتباط برقرار کنند که همین امر، موجب کاهش فاصله طبقاتی می‌شود و در فضای مجازی، یک پایگاه جدید اجتماعی به افراد اعطا می‌کند. از طرفی، این ارتباطات، به دلیل حذف سانسور، موجب گمنامی افراد در فضای مجازی می‌شود که می‌توانند به راحتی، نظرات و عقاید خود را به اشتراک گذاشته و از انزوای اجتماعی خارج شوند. به عقیده پژوهشگران، شبکه‌های اجتماعی، فضایی مناسب برای تغییر و تحول در هویت است و این تغییرات هویتی در چهارچوب کنش‌های متقابل افراد در فضای مجازی و شبکه‌های ارتباط جمعی شکل می‌گیرد و ارتباطات جمعی یک‌طرفه به پایان می‌رسد. شبکه‌های اجتماعی، مستقیماً بر سرمایه اجتماعی افراد اثر می‌گذارد و می‌تواند با برقراری و افزایش ارتباطات متقابل، موجب ایجاد سرمایه اجتماعی شود و از این طریق، موجب ارتقای تعهد مدنی، اعتماد و مشارکت اجتماعی گردد و جامعه‌ای مبتنی بر شبکه را ایجاد کند. همچنین، این ارتباطات، زمینه شکل‌گیری و ظهور انواع اجتماعات مجازی و ایجاد هویت‌های مختلف، پیرامون محورهای گوناگون اجتماعی را فراهم می‌کند (Bala, 2017; Nord & et al, 2017).

Wajcman در سال ۲۰۰۶ بیان کرد که در فضای مجازی، بین زن و مرد، تبعیضی وجود ندارد و به همین علت، نیمی از کاربران شبکه‌های اجتماعی، زنان هستند. در این حالت، زنان فرصت‌های برابر برای استفاده از این فضا دارند که موجب گسترش تعاملات و در نتیجه آگاهی و پرهیز از آرمان‌گرایی و ارتقای تحرک اجتماعی بیشتر در زنان می‌شود. همچنین وی معتقد است که استفاده از فضای مجازی و فناوری‌های نوین ارتباطی، امکان تعامل با افراد همفکر و هم‌عقیده و به تبع آن اشتراک تجربیات را ممکن می‌سازد. بسیاری از زنان، به دلایل مختلفی، روابط اجتماعی کمتری داشتند و حال، با استفاده از اینترنت، ارتباط بیشتری با جامعه برقرار می‌کنند. در این میان، افراد بدون درج نام و هویت واقعی خویش، می‌توانند از موضوعی خاص مطلع شده، جستجو کنند و دست به مطالعه بزنند و به دریای نامتناهی اطلاعات در فضای مجازی دست یابند و در حقیقت، امکان گذر از باورهای سنتی در آن به وجود می‌آید. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی، موجب دسترسی مخاطب به اطلاعات می‌شوند، که در این میان، از نظر جنسیت، تفاوتی بین زنان و مردان وجود ندارد. اشاعه اطلاعات با افراد موجب کنش ارتباطی در آنها شده و از این طریق، تغییر در دیدگاه افراد می‌شود. زنان در این مسیر، سطح دانش و آگاهی خود را بالا برده و مشارکت آنان در جامعه افزایش می‌یابد، به گونه‌ای که جامعه به یک شبکه اطلاعاتی تبدیل می‌شود و در بستر آن، نقش زنان در جامعه ارتقا می‌یابد (Wajcman, 2006).

آریانی اعتقاد دارد که استفاده از فضای مجازی موجب ارتقای سطح دانش و آگاهی کاربران می‌شود، به نحوی که این آگاهی، موجب بهبود وضعیت توانمندی آنان شده و می‌تواند نقش آنها را در سطوح مختلف جامعه و در عرصه‌های مختلف آن، ارتقا دهد (آریانی، ۱۳۹۵: ۶۸-۷۱).

در این پژوهش متغیرهای ما به دودسته تقسیم می‌شود متغیر مستقل شامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی و متغیر وابسته توانمندسازی زنان می‌باشد که دارای مؤلفه‌های عضویت در جامعه اطلاعاتی، کاهش انزوای اجتماعی زنان، ارتقای حضور زنان در

جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی، تحرک بیشتر اجتماعی، تغییر باورهای سنتی، افزایش اعتماد به نفس، اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای با عضویت در شبکه‌های اجتماعی، تعامل زنان با زنان همفکر و هم‌عقیده، افزایش سطح دانش و آگاهی می‌باشد. بنابراین ما در جدول شماره ۲ به آن اشاره کرده‌ایم و تعاریف مفهومی و عملیاتی آن را بیان کردیم. در خصوص توانمندسازی زنان، باید ابتدا به مفهوم توانمندسازی پردازیم توانمندسازی به فرایندی اطلاق می‌گردد که افراد و سازمان‌ها و گروه‌ها بر مشکلاتی که برایشان ایجاد شده فائق بیایند (Mandal, 2013). توانمندسازی زنان از جمله مؤلفه‌های مهم در توسعه پایدار بخصوص در کشورهای در حال توسعه می‌باشد.

با توجه به چهارچوب نظری ذکر شده می‌توان فرضیه‌های زیر را مطرح کرد:

فرضیه اصلی:

۱. بین شبکه‌های اجتماعی و توانمندسازی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی:

۲. بین شبکه‌های اجتماعی و تغییر باورهای سنتی در زنان رابطه معناداری وجود دارد.

۳. بین شبکه‌های اجتماعی و تحرک بیشتر اجتماعی در زنان رابطه معناداری وجود دارد.

۴. بین شبکه‌های اجتماعی و عضویت در جامعه اطلاعاتی در زنان رابطه معناداری وجود دارد.

۵. بین شبکه‌های اجتماعی و ارتقای حضور زنان در جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد.

۶. بین شبکه‌های اجتماعی و کاهش انزوای اجتماعی در زنان رابطه معناداری وجود دارد.

رابطه توانمندسازی زنان از طریق شبکه‌های ... ۵۷

۷. بین شبکه‌های اجتماعی و اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای در زنان رابطه معناداری وجود دارد.

۸. بین شبکه‌های اجتماعی و تعامل زنان با زنان همفکر و هم‌عقیده رابطه معناداری وجود دارد.

۹. بین شبکه‌های مجازی، و افزایش سطح دانش و آگاهی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

۱۰. بین شبکه‌های مجازی، و افزایش اعتماد به نفس زنان رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

در این مطالعه، به منظور دستیابی به مؤلفه‌هایی که به توانمندی زنان و به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی منجر می‌شود، از روش پیمایش استفاده شده است. ابزار اصلی جمع‌آوری اطلاعات در روش‌های پیمایشی، استفاده از پرسشنامه است. با توجه به موضوع، جامعه مورد مطالعه زنان استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی هستند. همچنین، پرسشنامه به صورت آنلاین و با بارگذاری در شبکه‌های اجتماعی در میان زنان توزیع و پر شده است. جامعه آماری مورد مطالعه، کارکنان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات بودند. حجم نمونه نیز، با توجه به خطای ۵ درصد و ضریب اطمینان ۹۵ درصد و با استفاده از فرمول کوکران، ۲۷۵ نفر بدست آمد. جمع‌آوری داده‌های مطالعه با استفاده پرسشنامه ۲۴ سؤالی بسته انجام شد.

نحوه نمونه‌گیری نیز، تصادفی ساده بود و توزیع آن در میان زنان به صورت الکترونیکی و آنلاین صورت گرفت. در نهایت، تعداد ۳۵۲ پرسشنامه تکمیل شد که فراتر از حد انتظار در مطالعه بود که برخی از پرسشنامه‌ها به دلیل نقص در پاسخ‌دهی، از مطالعه حذف گردید.

در خصوص روایی پرسشنامه نیز، از نظرات متخصصان و استادان استفاده شد. برای پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد، بدین ترتیب که گویه‌های توانمندی زنان با یکدیگر جمع و ضریب آلفای کرونباخ آنها گرفته شد که برابر با ۰/۷۷ به دست آمد و این عدد نمایانگر همبستگی درونی بین متغیرهای موردسنجش بود. بنابراین، می‌توان عنوان نمود که پرسشنامه و متعاقباً مطالعه از روایی و پایایی لازم برخوردار بوده است. در این پژوهش از آمار توصیفی شامل فراوانی و درصد فراوانی و میانگین و انحراف معیار متغیرها و همچنین از آمار استنباطی و آزمون رگرسیون و همبستگی با استفاده از نرم‌افزار spss استفاده شده است.

جدول ۲- تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای وابسته

متغیر مستقل/وابسته	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	گویه
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	یک جامعه اطلاعاتی یک جامعه است که تولید، توزیع، مصرف، تجمیع و مدیریت اطلاعات یک امر مهم اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تلقی می‌شود (Crittenden, Crittenden, & Ajjan, 2019).	یک جامعه اطلاعاتی یک جامعه است که تولید، توزیع، مصرف، تجمیع و مدیریت اطلاعات یک امر مهم اقتصادی، سیاسی و فرهنگی تلقی می‌شود (Crittenden, Crittenden, & Ajjan, 2019).	*احساس می‌کنم اخبار و اطلاعات کشور برایم مهم شده است. *در پایان یک روز خبرها را دنبال می‌کنم. *احساس می‌کنم بدون بهره‌گیری از اطلاعات و اخبار دید درستی به زندگی ندارم. *پیگیری اخبار و اطلاعات برایم مهم شده است. *احساس می‌کنم تا قبل از این به درستی و آگاهانه در زندگی دست به انتخاب نزده‌ام.

<p>*تعامل با همکارانم برایم لذت بخش تر شده. *احساس می‌کنم کارم به لحاظ روانی قدرت و نیروی زیادی در تعاملاتم داده است. *در محل کارم بیشتر از قبل انرژی دارم. *احساس می‌کنم کار کردن با دیگران به‌سختی که قبلاً فکر می‌کردم نیست. *احساس می‌کنم دوباره متولد شدم.</p>	<p>فردی که قبلاً منزوی بوده و در اجتماعات نمی‌توانسته حضور داشته باشد اما الآن حالت منزوی خود را از دست داده و اجتماعی شده</p>	<p>وضعیت عدم ارتباط کامل یا تقریباً کامل بین یک فرد و جامعه است. این وضعیت با تنهایی متفاوت است، که نشان‌دهنده عدم تماس موقت و غیر ارادی با انسان‌های دیگر جهان است (مسعود نیا، ۱۳۹۸).</p>	<p>کاهش انزوای اجتماعی زنان</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>
<p>*در هر گروه مجازی داوطلبانه عضو می‌شوم. *از گروه‌های مجازی خیلی چیزها یاد گرفتم. *در کمپین‌های اجتماعی و دور همی‌های مجازی شرکت می‌کنم. *در شبکه‌های اجتماعی دوستان زیادی پیدا کردم. *با دوستان مجازی خود به گردش و مهمانی و ورزش می‌روم. *قبلاً زنگی خیلی برای من تکراری شده بود.</p>	<p>فردی که قبلاً از فضای خانه و حداکثر محل کار پا را فراتر نگذاشته بود حالا در جمع‌ها و گروه‌های مختلف مجازی شرکت دارد.</p>	<p>مشارکت اجتماعی عبارت است از: حضور نسبتاً پایدار و عنداللزوم عناصر سازنده جامعه، افراد، گروه‌ها، اجتماعات، نهادها و سازمان‌ها، در فرایندها، امور و فعالیت‌های اجتماعی (Vardhan, 2017).</p>	<p>ارتقای حضور زنان در جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>

<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>	<p>تحریک پیشتر اجتماعی</p>	<p>حرکت افراد و گروه‌ها بین موقعیت‌های اجتماعی و اقتصادی مختلف اطلاق می‌شود (Payne, 2017).</p>	<p>فردی که قبلاً منزوی بوده و با کسی در تعامل نبوده اما الآن بیشتر احساس نیاز به شرکت در تعاملات اجتماعی دارد و به عضویت در گروه‌های اجتماعی علاقه‌مند شده است.</p>	<p>*احساس می‌کنم نسبت به قبل بیشتر دوست دارم با دوستانم وقت بگذارم. *احساس می‌کنم بیشتر دوست دارم با اقوام رفت و آمد کنم. *بیشتر دوست دارم به مهمانی برم. *بیشتر دوست دارم به کلاس‌های ورزشی بروم.</p>
<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>	<p>موجب تغییر باورهای سنتی</p>	<p>وضعیتی در ذهن هر فرد است که باوجود آن، فرد فکر می‌کند که تفکری درست است، بدون توجه به اینکه آیا شواهد تجربی یا دلایل عقلی و نقلی کافی وجود دارد یا نه (Withers, Kharazmi, & Lim, 2018).</p>	<p>فردی که قبلاً بر باورهای سنتی خود که از خانواده به ارث برده و پایبند بوده ولی در حال حاضر درصدد تغییر و بازنگری این باورها می‌باشد.</p>	<p>*احساس می‌کنم قبلاً خیلی سختگیرانه برخورد می‌کردم. *در حال حاضر خیلی انعطاف‌پذیر شده‌ام. *به راحتی از نظر خود می‌توانم برگردم. *نسبت به قبل سعی می‌کنم آگاهانه‌تر تصمیم‌گیری کنم.</p>
<p>استفاده از شبکه‌های</p>	<p>افزایش اعتماد به نفس</p>	<p>خودباوری یا اعتماد به نفس یکی از شرایط روانی است که شخص در آن بخاطر</p>	<p>فردی که قبلاً اعتماد به نفس نداشته اما در حال حاضر خیلی به خود</p>	<p>*احساس می‌کنم قبلاً خیلی خجالتی بودم و نمی‌توانستم در جمع افراد غریبه حاضر شوم. *در حال حاضر خیلی راحت در جمع افراد غریبه صحبت و اظهار نظر می‌کنم. *به راحتی از خودم در جمع‌ها دفاع می‌کنم.</p>

<p>*از مطرح کردن توانایی‌های خودم در جمع خجالت نمی‌کشم.</p>	<p>اعتماد دارد و به وجود خود افتخار می‌کند و از مطرح کردن خود در جمع احساس رضایت و خشنودی دارد.</p>	<p>تجربه‌های قبلی، به توانایی‌ها و استعدادهای خود در موفقیت انجام کارها به‌طور موفقیت‌آمیز اعتماد و باور دارد (Perry, 2011).</p>		
<p>*دوست دارم سبک زندگی من را افراد دیگر ببینند و نظر بدهند. *دوست دارم افراد زیادی دنبال کننده من در شبکه‌های مجازی باشند. *دوست دارم هر روز پیج‌های بلاگرها را دنبال کنم. *دوست دارم از سبک زندگی دیگران تبعیت کنم. *از اینکه افراد زیادی زندگی من را می‌بینند خیلی خوشحالم.</p>	<p>فردی که قبلاً خیلی در چهارچوب خانه محدود بوده است در حال حاضر از مطرح کردن نوع زندگی و پوشش و سبک زندگی روزانه با افراد دیگر هیچ ابایی ندارد.</p>	<p>به اشتراک گذاشتن دانش و اطلاعات و روزمرگی‌های زندگی شخصی و کاری در هر جمع و گروهی که می‌تواند تبعات اجتماعی به دنبال داشته باشد (Levinson, 2011).</p>	<p>اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای با عضویت در</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>
<p>*از اینکه با زنان هم سن و سال خود در ارتباطم خوشحالم. *از اینکه بدون مرز با زنان زیادی در ارتباطم در شهرهای مختلف خوشحالم. *از اینکه در گذشته دوستان اجتماعی زیادی نداشتم احساس می‌کنم زندگی را به بطالت گذراندم. *از اینکه زنان دیگر در موضوعات مختلف با من هم‌عقیده‌اند خوشحالم.</p>	<p>فردی که قبلاً با زنان دیگر ارتباط و تعاملی نداشته در حال حاضر با زنانی که جهت فکری و عقیده‌ای مشابه دارند عامل دارد.</p>	<p>تعامل رابطه متقابل بین اعمالی که بر اثر رابطه‌های خاص میان عمل‌کنندگان حاصل می‌شود (Cobley, 2008).</p>	<p>تعامل زنان با زنان همفکر و هم‌عقیده</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>

<p>*از اینکه می‌بینم زنان دیگر مرا تحسین می‌کنند خوشحالم. *از اینکه زنان دیگر فکر و عقیده مرا قبول دارند به خودم می‌بالم.</p>				
<p>*نسبت به قبل در مورد مسائل علمی و اقتصادی و اجتماعی آگاهی بیشتری دارم. *در مورد مسائلی که در جمع‌ها پیش می‌آید می‌توانم اظهارنظر کنم. *مثلاً نسبت به نوسانات نرخ ارز و نفت و دلار آگاهی دارم. *دلیل خیلی از مسائلی را که قبلاً در اثر تکرار در ذهنم بود حالا می‌توانم عمیقاً تحلیل کنم. *از پرسیدن آنچه که نمی‌دانم خجالت نمی‌کشم.</p>	<p>فردی که قبلاً به دلیل عدم تعاملات سطح آگاهی محدودی در مورد مسائل پیرامون خود داشته و در حال حاضر در مورد تمام مسائل پیرامون خود آگاهی نسبی دارد.</p>	<p>توانایی دانا شدن و درک کردن (برای احساس کردن) یا کسب معرفت از رویدادها است (Goldreich & Oren, 1994:25).</p>	<p>افزایش سطح دانش و آگاهی</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>
<p>*نسبت به قبل آگاهی بیشتری دارم. *از اینکه کاری را درست انجام می‌دهم و دیگران تحسینم می‌کنند خوشحالم. *از اینکه دیگران از درون زندگی من آگاه‌اند بیمی ندارم. *بهتر از قبل فکر می‌کنم و آگاهانه تصمیم می‌گیرم. *تعداد دوستانم بیشتر شده است. *دوستان زیادی در شبکه‌های اجتماعی دارم و</p>	<p>فردی که قبلاً ضعف شدیدی در تعاملات اجتماعی با دیگران داشته و در حال حاضر در مورد تعاملات خود قوی و قدرتمند شده</p>	<p>توانمندسازی به فرایندی اطلاق می‌گردد که افراد و سازمان‌ها و گروه‌ها بر مشکلاتی که برایشان ایجاد شده فائق بیابند (Mandal, 2013)</p>	<p>توانمندسازی زنان</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی</p>

تنها نیستم.	است.			
-------------	------	--	--	--

جدول ۳- جدول تعریف مفهومی و عملیاتی متغیر مستقل

متغیر مستقل	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی	گویه
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	شبکه‌های اجتماعی از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده‌اند که از طریق یک یا چند نوع از وابستگی‌ها به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند (flora et al,2019:446).	فردی که قبلاً از شبکه‌های اجتماعی آگاهی نداشته و از آن استفاده نمی‌کرده ولی در حال حاضر آن را می‌شناسد و از آن استفاده می‌کند و از مزایای آن بهره‌مند می‌باشد.	*دوست دارم از شبکه‌های مجازی استفاده کنم. *دوست دارم در اکثر شبکه‌های مجازی عضو باشم. *احساس می‌کنم بدون استفاده از این شبکه‌ها نسبت به دنیای اطرافم آگاهی ندارم. *فکر می‌کنم تنها راه پیگیری اخبار و اطلاعات از این طریق میسر است. *احساس می‌کنم با عضویت در این شبکه‌ها و اجتماعی شدن انعطاف‌پذیرتر نسبت به عقاید قدیمی و سنتی شده‌ام. *احساس می‌کنم با عضویت در این شبکه‌های نسبت به گذشته توانمندتر شده‌ام.

جدول ۴- ضریب پایایی متغیرهای مستقل و وابسته

متغیر/ مؤلفه	تعداد	آلفای KMO	آزمون	آزمون	درجه	سطح
--------------	-------	-----------	-------	-------	------	-----

معناداری	آزادی	کولموگروف-اسمیرنوف (سطح معنی‌داری)	بارتلت		کرونباخ	گویه‌ها	
۰/۰۰	۲۳	۰.۲۳	۱۸۴۰/۲۵۰	۰/۷۵۰	۰/۸۴۰	۵	عضویت در جامعه اطلاعاتی
۰/۰۰	۱۵	۰.۱۲	۷۰۹/۶۴۰	۰/۶۶۹	۰/۷۸۰	۵	کاهش انزوای اجتماعی زنان
۰/۰۰	۳۱	۰.۵۵	۱۰۱/۶۰۰	۰/۶۲۱	۰/۷۵۴	۶	ارتقای حضور زنان در جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی
۰/۰۰	۲۹	۰.۲۶	۵۹۰۴/۶۲۳	۰/۷۰۰	۰/۷۵۸	۴	تحرک بیشتر اجتماعی
۰/۰۰	۱۲۰	۰.۸۳	۱۱۱۱/۰۲۱	۰/۷۰۵	۰/۷۱۴	۴	موجب تغییر باورهای سنتی
۰/۰۰	۳۵	۰.۱۵	۱۲۵۸/۸۶۵	۰/۸۰۵	۰/۸۲۱	۴	افزایش اعتمادبه‌نفس
۰/۰۰	۲۷	۰.۳۶	۱۰۰۱/۵۶۰	۰/۷۹۱	۰/۸۱۴	۵	اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای با عضویت در شبکه‌های اجتماعی
۰/۰۰	۱۷	۰.۲۴	۹۵۰/۸۴۰	۰/۸۴۰	۰/۷۶۰	۶	تعامل زنان با زنان همفکر و هم‌عقیده
۰/۰۰	۱۹	۰.۶۵	۹۵۰/۶۳۵	۰/۶۲۵	۰/۷۰۱	۵	افزایش سطح دانش و آگاهی
۰/۰۰	۴۳	۰.۷۸	۴۲۵۰/۳۰۶	۰.۸۰۱	۰.۷۴۰	۴۴	توانمندسازی زنان

بر اساس نتایج جدول ۴ مقدار آلفای توانمندسازی زنان برابر ۰/۷۴ و با توجه به نتایج آزمون KMO برای متغیر مذکور که مقدار آن برابر با ۰/۸۰۱ بوده است، مقدار آزمون بارتلت ۴۲۵۰/۳۰۶ برای متغیر یادشده در سطح خطای ۰/۰۵ بدست آمده است

در نهایت با توجه به مقادیر KMO و بار تلت می‌توان بیان کرد که گویه‌ها، ماتریس متغیرهای تحقیق همسان و واحد نیستند در نهایت داده‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تحلیل عاملی مناسب می‌باشد، به عبارت دیگر می‌توان اشاره به این کرد که مقادیر بدست آمده از متغیرها برای تحلیل و تفسیر یافته‌ها قابل قبول است. در نهایت بر اساس آزمون کولموگروف - اسمیرنوف که به نرمال بودن متغیرهای پژوهش می‌پردازد. نتایج حاکی از آن است که متغیرهای توانمندسازی زنان (۰.۷۸) بالاتر از سطح معناداری ۰/۰۰ بدست آمده است که حاکی از آن است که تطابق توزیع نمونه با توزیع نظری غیرمعنی دار بوده است بنابراین توزیع متغیرهای مورد نظر و مؤلفه‌های آن در سطح نرمال بوده است. احتمال بقیه متغیرها هم بالاتر از سطح. درصد می‌باشد که نشان از توزیع نرمال داده‌ها دارد. با تأیید نرمال بودن داده‌ها می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد.

یافته‌ها: تجزیه و تحلیل داده‌ها

یافته‌های توصیفی

جدول ۵- خلاصه توزیع فراوانی متغیرهای توصیفی توانمندسازی زنان

متغیرهای زمینه‌ای	
جنس	۳۰۰ نفر زن
وضعیت تحصیلی	فوق دیپلم (۱۰ نفر) برابر با ۳.۳۳ درصد، لیسانس (۱۹۰ نفر) برابر با ۶۳.۳ درصد، فوق لیسانس (۹۹ نفر) برابر با ۳۳ درصد، دکتری (۱ نفر) برابر با ۰/۳۳ درصد.
وضعیت تأهل	مجرد (۱۱۱ نفر) برابر با ۳۷ درصد، متأهل (۱۸۹ نفر) برابر با ۶۳ درصد.
گروه سن	بین ۲۰ تا ۳۰ سال برابر با ۷۰ نفر (۲۳.۳۳ درصد)، بین ۳۰ تا ۴۰ سال برابر با ۱۱۰ نفر (۳۶.۶۶ درصد) بین ۴۰ تا ۵۰ سال برابر با ۴۱ نفر (۱۳.۶۶ درصد)، بین ۵۰ تا ۶۰ سال برابر با ۷۹ نفر (۲۶.۳۳ درصد)
وضعیت	قراردادی ۸۱ نفر برابر با (۲۷ درصد) پیمانی، ۱۳۱ نفر برابر با (۵۶.۳۳ درصد)

استخدامی	رسمی، ۵۰ نفر برابر با (۱۶.۶۶ درصد)
سابقه کار	کمتر از ۵ سال برابر با ۴۰ نفر (۱۳.۳۳ درصد)، بین ۵ تا ۱۰ سال برابر با ۹۹ نفر (۳۷ درصد). بین ۱۰ تا ۱۵ سال برابر با ۱۵۲ نفر (۵۰.۶۶ درصد)، ۱۵ تا ۲۰ سال برابر با ۹ نفر (۳ درصد). بالاتر از ۲۰ سال برابر با ۰ نفر (۰ درصد)
درآمد	تا ۲ میلیون تومان برابر با ۳۲ نفر (۱۰/۶۶ درصد)، بین ۲ تا ۳ میلیون تومان برابر با ۱۱۱ نفر (۳۷ درصد). بین ۳ تا ۴ میلیون تومان برابر با ۹۱ نفر (۳۰.۳۳ درصد) و بالاتر از ۴ میلیون تومان ۱۰۲ نفر برابر با (۲۲ درصد).

با توجه به نتایج یافته‌ها به‌طور کل در جامعه مورد مطالعه ما را فقط زنان تشکیل می‌دهند. با توجه به سطح تحصیلات جامعه مورد مطالعه و گسترش سطح دانش در دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات، استقبال از مقاطع تحصیلی کارشناسی اهمیت زیادی داشته است. بیش از ۶۰ درصد پاسخگویان این پژوهش متأهل بوده‌اند، بیش از $\frac{1}{3}$ پاسخگویان هم در گروه سنی بین ۳۰ تا ۴۰ قرار داشته‌اند که میانگین سنی ۳۷/۱۵ سال بوده است. در حدود بیش از $\frac{1}{2}$ پاسخگویان در وضعیت استخدامی پیمانی بوده و در حدود ۵۰ درصد پاسخگویان دارای سابقه بین ۱۰ تا ۱۵ سال قرار داشته‌اند. و وضعیت درآمدی ۳۷ درصد زنان جامعه مورد مطالعه بین ۲ تا ۳ میلیون تومان عنوان شده است.

جدول ۶- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان برحسب توانمندسازی زنان

شاخص‌ها	مقادیر	کم	متوسط	زیاد	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
عضویت در جامعه اطلاعاتی	فراوانی	۴۹	۱۱۱	۱۴۰	۳/۵۲	۰/۶۶۷۲	۱۳	۴۲
	درصد معتبر	۱۶.۳	۳۷	۴۶.۶				
کاهش انزوای اجتماعی زنان	فراوانی	۵۱	۱۱۹	۱۳۰	۳.۲۰	۰/۶۸۳۰	۱۲	۳۱
	درصد معتبر	۱۷.۱	۳۹.۶	۴۳.۳				
ارتقای حضور زنان در جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی	فراوانی	۵۳	۵۷	۱۹۰	۳/۶۵	۰/۶۹۴۱	۱۰	۳۲
	درصد معتبر	۱۷.۶	۱۹	۶۳.۳				
تحرك بیشتر اجتماعی	فراوانی	۴۸	۹۰	۱۶۲	۳/۵۱	۰/۶۷۳۲	۱۱	۳۵
	درصد معتبر	۱۶	۳۰	۵۴				
موجب تغییر باورهای سنتی	فراوانی	۵۱	۸۸	۱۶۱	۳/۴۲	۰/۶۵۴۱	۱۲	۳۲
	درصد معتبر	۱۷	۲۹.۳	۵۳.۷				
افزایش اعتماد به نفس	فراوانی	۵۹	۱۰۰	۱۴۱	۳/۲۸	۰/۶۱۰۰	۱۵	۴۰
	درصد معتبر	۱۹.۷	۳۳.۳	۴۷				
اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای با عضویت در شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	۸۲	۱۰۰	۱۱۸	۳/۱۲	۰/۶۹۹۱	۱۲	۳۵
	درصد معتبر	۲۷.۳۳	۳۳.۳۳	۳۹.۳۳				
تعامل زنان با زنان همفکر و هم‌عقیده	فراوانی	۷۲	۹۰	۱۳۸	۳/۰۱	۰/۶۹۶۴	۱۰	۲۵
	درصد معتبر	۲۴	۳۰	۴۶				
افزایش سطح دانش و آگاهی	فراوانی	۸۱	۱۰۰	۱۱۹	۳/۶۴	۰/۸۱۰۶	۱۰	۳۸
	درصد معتبر	۲۷	۳۳.۳۳	۳۹.۶۶				
توانمندسازی زنان	فراوانی	۹۶	۱۰۰	۱۰۴	۳/۲۲	۰/۶۱۳۴	۵۲	۸۲
	درصد معتبر	۳۲	۳۳.۳۳	۳۴.۶۶				

جدول ۶ بیانگر توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب متغیر اصلی و ابعاد آن بوده است. همان‌طور که مشخص است زنان جامعه مورد مطالعه در سطح زیاد (۳۴.۶۶ درصد) از استفاده از شبکه‌های اجتماعی برخوردارند؛ که در این میان بالاترین مقدار میانگین از آن مؤلفه ارتقای حضور زنان در جوامع مجازی و مشارکت‌های اجتماعی (۳/۶۵) و بعد از آن مؤلفه افزایش سطح دانش و آگاهی (۳/۶۴) است.

جدول ۷- ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق

متغیر مستقل	متغیر وابسته	شدت رابطه	سطح معناداری مورد بررسی	نوع آزمون همبستگی	نتیجه آزمون	نوع رابطه
استفاده از شبکه‌های اجتماعی	اعتماد به نفس بالاتر	۰/۶۵۵	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	تغییر در باورهای سنتی زنان	۰/۶۸۴	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	تحرک اجتماعی بیشتر	۰/۷۱۲	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	عضویت در جامعه اطلاعاتی	۰/۸۲۳	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	مشارکت‌های اجتماعی	۰/۵۴۱	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	انزوای اجتماعی	۰/۸۶۷	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای	۰/۵۹۹	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	تعامل با زنان همفکر و هم‌عقیده	۰/۷۲۱	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	افزایش سطح دانش و آگاهی	۰/۷۷۳	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت
	توانمندسازی زنان	۰/۶۷۷	۰/۰۵	پیرسون	تأیید	مثبت

جدول ۷، مبین رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته مطالعه می‌باشد. در تمامی روابط، فرضیه‌های تحقیق تأیید شده است. میزان همبستگی بین تمامی متغیرها با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و شدت رابطه مختلف، بیانگر رابطه معنادار مستقیم بین استفاده

از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط زنان و مؤلفه‌های توانمندسازی آنها دیده شد. همبستگی کل نیز بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مؤلفه‌های توانمندسازی در زنان، $0/677$ به دست آمد و در سطح معناداری $0/05$ تأیید شد که نشان می‌دهد، رابطه معنادار قوی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط زنان و توانمندسازی آنها وجود دارد. همچنین همبستگی بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مؤلفه اعتماد به نفس بالاتر در زنان $0/655$ ، همبستگی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مؤلفه تغییر در باورهای سنتی زنان $0/684$ ، همبستگی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مؤلفه تحرک اجتماعی بیشتر $0/712$ ، همبستگی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مؤلفه عضویت در جامعه اطلاعاتی $0/823$ ، همبستگی بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مؤلفه مشارکت‌های اجتماعی $0/541$ ، همبستگی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و انزوای اجتماعی $0/867$ ، همبستگی بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای $0/599$ ، همبستگی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تعامل با زنان همفکر و هم‌عقیده $0/721$ ، همبستگی بین متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و افزایش سطح دانش و آگاهی $0/773$ در سطح معناداری 0.05 درصد تأیید شد.

جدول ۸- رگرسیون خطی چند متغیره مؤلفه‌های متغیر مستقل با متغیر وابسته

متغیرهای مستقل و وابسته	ضرایب معیار نشده		T	ضرایب معیار شده	سطح معناداری	ضریب تورلرانس (vif)
	B	خطای معیار				
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتمادبه‌نفس بالاتر	۱/۴۷۵	۰/۰۹۸	۲/۰۸۴	۰/۱۰۱	۰/۰۰۰	۱/۷۵۱
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تغییر در باورهای سنتی زنان	۳/۲۰۴	۰/۱۲۸	۳/۱۹۶	۰/۲۹۹	۰/۰۰۰	۱/۹۰۳
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تحرک اجتماعی بیشتر	۱/۱۱۷	۰/۰۸۵	۲/۸۶۹	۰/۱۵۳	۰/۰۰۰	۱/۹۷۴
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عضویت در جامعه اطلاعاتی	۳/۸۷۷	۰/۱۱۲	۴/۱۱۳	۰/۴۷۶	۰/۰۰۰	۱/۹۰۲
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشارکت‌های اجتماعی	۴/۱۷۱	۰/۰۹۵	۴/۰۶۳	۰/۴۷۹	۰/۰۰۰	۱/۷۹۹
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و انزوای اجتماعی	۳/۴۷۷	۰/۱۹۹	۲/۱۰۴	۰/۱۶۳	۰/۰۰۰	۱/۸۲۰
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای	۴/۱۰۸	۰/۰۸۱	۴/۱۲۳	۰/۳۶۷	۰/۰۰۰	۱/۷۰۷
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تعامل با زنان همفکر و هم‌عقیده	۱/۲۳۴	۰/۱۴۶	۲/۹۲۲	۰/۱۶۹	۰/۰۰۰	۱/۹۹۹
استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش سطح دانش و آگاهی	۴/۲۰۷	۰/۱۰۵	۴/۲۱۶	۰/۵۰۵	۰/۰۰۰	۱/۸۸۳

جدول ۹- جدول ضرایب همبستگی متغیرهای مدل

سطح معناداری (Sig)	آماره F	خطای استاندارد شده	ضریب (R ²) تعدیل شده	مجذورات (R)	ضریب همبستگی (R)	متغیرهای مدل
<۰/۰۰۰۱	۹/۸	۱۰/۶	۰/۴۴	۰/۶۶	۰/۷۴	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اعتماد به نفس بالاتر
<۰/۰۰۰۱	۲۲/۲	۱۱/۱۴	۰/۳۹	۰/۶۳	۰/۷۱	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تغییر در باورهای سنتی زنان
<۰/۰۰۰۱	۱۷/۴	۱۸/۲۵	۰/۲۴	۰/۴۹	۰/۶۹	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تحرک اجتماعی بیشتر
<۰/۰۰۰۱	۱۰/۵	۱۰/۲۲	۰/۵۲	۰/۷۲	۰/۷۷	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و عضویت در جامعه اطلاعاتی
<۰/۰۰۰۱	۱۶/۴	۱۱/۳۱	۰/۴۹	۰/۷۰	۰/۸۱	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشارکت‌های اجتماعی
<۰/۰۰۰۱	۱۹/۲	۱۰/۶۹	۰/۶۰	۰/۷۹	۰/۶۳	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و انزوای اجتماعی
<۰/۰۰۰۱	۲۱/۳	۱۲/۸۱	۰/۴۵	۰/۶۵	۰/۵۵	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای
<۰/۰۰۰۱	۱۷/۴	۱۱/۹۹	۰/۳۸	۰/۵۷	۰/۷۹	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تعامل با زنان همفکر و هم عقیده
<۰/۰۰۰۱	۱۹/۶	۱۰/۷۵	۰/۴۸	۰/۶۸	۰/۷۲	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش سطح دانش و آگاهی
<۰/۰۰۰۱	۱۸/۷	۱۰/۱۲	۰/۶۷۷	۰/۵۶	۰/۷۹	استفاده از شبکه‌های اجتماعی و توانمندسازی زنان

جدول ۸، نتایج رگرسیونی میزان تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر متغیر توانمندسازی زنان را نشان می‌دهد که از میان این مؤلفه‌ها در مدل رگرسیونی، متغیرهای افزایش سطح دانش و آگاهی، مشارکت‌های اجتماعی، اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای با ضرایب بتای برابر با $۴/۲۰۷$ ، $۴/۱۷۱$ و $۴/۱۰۸$ ، به بهترین وجه اثرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی را تبیین می‌کنند و می‌توان نتیجه گرفت به ازای هر واحد انحراف معیار استفاده از شبکه‌های اجتماعی، این متغیرها به میزان $۴/۲۰۷$ ، $۴/۱۷۱$ و $۴/۱۰۸$ افزایش خواهند یافت. تأثیر معنادار استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر دیگر عوامل توانمندسازی زنان نیز در مطالعه حاضر دیده شد که در مراتب بعدی بزرگی تأثیر نسبت به متغیرهای مذکور قرار می‌گیرند. مقدار T ، به‌طور نسبی، میزان اهمیت حضور هر متغیر مستقل را در مدل نشان می‌دهد. در نتایج مطالعه حاضر نیز، T برای تمام متغیرها بالاتر از $۲/۰۸۴$ بود که در سطح خطای $۰/۰۵$ ، تمامی متغیرها معنادار گردید که نشان‌دهنده تأثیر معنادار استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی زنان است.

در آنالیز رگرسیون خطی در مطالعه حاضر، در جهت هم خط نبودن متغیرهای مستقل از آماره تولرانس و عامل تورم استفاده شده است. ضریب تولرانس بین ۰ تا ۱ متغیر است و نشان‌دهنده این مطلب است که متغیرهای واریانس مستقل (vif) تا چه حد رابطه هم خطی با هم دارند، هر چه این عدد به ۱ نزدیک‌تر باشد، میزان هم خطی کمتر و هر چه به صفر نزدیک‌تر باشد، میزان همخطی بیشتر است و خطای استاندارد ضرایب رگرسیون، دارای تورم بالایی می‌باشد (حبیب پور گنجابی و صفری شالی، ۱۳۹۰: ۵۰۹-۵۱۰).

همان‌گونه که در جدول ۸ پیداست، نتایج ضرایب تولرانس متغیرهای مستقل بالای $۰/۵۱۱$ بوده و هم خط نمی‌باشند و ضرایب رگرسیونی دارای تورم نمی‌باشد و در حقیقت این متغیرها، تبیین‌کنندگان قوی برای متغیر توانمندسازی زنان می‌باشند. عامل تورم واریانس نیز مبین این امر است که هر چه این عدد از ۲ بزرگ‌تر باشد، میزان هم

خطی بودن بیشتر است، درحالی‌که در مطالعه ما این عدد برای تمام متغیرها از ۲ کوچک‌تر می‌باشد و نتایج مطالعه حاضر از هم خطی بالایی برخوردار نبود. طبق جدول ۹ مقدار ضریب همبستگی (R) بین متغیرها نیز، $0/797$ بدست آمده است که نشان‌دهنده رابطه قوی بین متغیرهای مستقل و وابسته برقرار بوده است. همچنین ضریب تعیین تعدیل‌شده نیز برابر با $0/677$ است که نشان می‌دهد حدود ۶۸ درصد از کل تغییرات توانمندسازی زنان، متأثر از شبکه‌های اجتماعی و تبعات استفاده از آنها در معادله ما، بوده است. میزان آماره F نیز در سطح خطای کمتر از $0/01$ معنادار بدست آمد که نشان می‌دهد مدل رگرسیونی مطالعه حاضر، مرکب از متغیرهای مستقل و وابسته، مدلی است که به خوبی می‌تواند متغیر وابسته را توضیح دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی، یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات در عصر حاضر است و اثرات آن در ایجاد تغییرات اجتماعی و به‌ویژه در توانمندسازی زنان، قابل‌اثبات است. مطابق با مطالعه حاضر، شبکه‌های اجتماعی در افزایش حس استقلال و اعتمادبه‌نفس در زنان نقش مؤثری دارد. زنان و دخترانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، از شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی نظیر تلگرام، واتساپ و اینستاگرام بهره می‌برند، تحت تأثیر اطلاعات ماحصل از این شبکه‌ها، اعتمادبه‌نفس بیشتری پیدا کرده و مشارکت و عزت‌نفس آنها بیشتر می‌شود و متعاقب آن بهره‌وری و توانمندسازی آنان نیز بیشتر می‌گردد. زنان و دختران در اشتراک تجارت از طریق این شبکه‌های اجتماعی، بدون ترس و نگرانی از طرز تلقی و نگاه دیگران راحت‌تر از گذشته، جنبه‌های شخصی و خصوصی زندگی خود را به اشتراک می‌گذارند و با توجه به تبادل نظرها و کسب اطلاعات منطقی، حس اعتمادبه‌نفس، استقلال و فردیت در آنها افزایش می‌یابد که می‌تواند آثار مثبت خود را در تمام ابعاد زندگی آنان نشان دهد. که این نتایج پژوهش مطابق با نوآوری این مطالعه می‌باشد و به

جنبه‌های مثبت اثر شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. همچنین از این جهت که تمام ابعاد و مؤلفه‌های مستخرج در مبانی نظری مورد بررسی و تأیید قرار گرفت نیز جنبه دیگری از نوآوری این پژوهش می‌باشد.

همچنین در ادامه یافته‌های این مطالعه می‌توان بیان کرد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی منجر به تغییر در باورهای سنتی و گذر و انعطاف‌پذیری در آنها می‌شود. شبکه‌های اجتماعی در این تحولات و افزایش ارزش‌های فردی و اجتماعی نقش بسیار مؤثری دارند. این تحولات می‌تواند نقطه شروع برای تغییر در طرز تفکر و تجدیدنظر در فرهنگ‌های سنتی و محدودکننده زنان داشته باشد. امروزه زنان از محدوده سنتی نقش‌های خود در جامعه فاصله گرفته‌اند و خواستار ارتقای نقش و جایگاه خود در جامعه‌اند.

مطابق با یافته‌های مطالعه حاضر، استفاده از شبکه‌های اجتماعی و دریافت اطلاعات از آنها، منجر به افزایش چشمگیر حضور زنان در امور اجتماعی شده است و هرچه حضور زنان در اجتماع پررنگ‌تر باشد، شکوفایی و رشد آنان نیز بیشتر خواهد بود (Madge & O'connor, 2006: 202). که این بخش با مطالعات خان و معین (۲۰۱۳) و کیایی و همکاران (۱۳۹۶) مطابقت دارد. زنان با حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی، با شرکت در فعالیت‌های مختلف از جمله فعالیت‌های اجتماعی، جمع‌آوری امضا برای احقاق حق، عضویت در تشکل‌های علمی و نظایر آنها، به نوعی در فعالیت‌های اجتماعی حضور می‌یابند. این فعالیت‌ها، به مرور به توانمند شدن زنان منتج می‌شود، بدین ترتیب که زنان با انجام چنین فعالیت‌هایی و کسب تجربه، عزت‌نفسشان برای اجرای این امور، افزایش می‌یابد و در بالفعل کردن بالقوه‌های خود در فضای مجازی، توانمند می‌گردند (Hu & Leung, 2003: 371). همچنین اجتماعی شدن زنان منجر به سلامت اجتماعی در آنان می‌شود. (شربت‌ی و نفیسی، ۱۳۹۶: ۱۰۵) زنان در فضای شبکه‌های اجتماعی، در یک فضای نامتناهی اطلاعاتی قرار می‌گیرند و سطح دانش و آگاهی آنان افزایش می‌یابد. هرچه میزان دانش آنها بیشتر شود، میزان توانمندی آنان نیز بیشتر خواهد بود. در حقیقت، با ارتقای سطح دانش و آگاهی در زنان، آن‌ها

نسبت به فعالیت‌های زنان در عرصه‌های اجتماعی گوناگون آگاه شده و درمی‌یابند که زنان نقش بسیار مؤثری در عرصه‌های سیاسی، هنری، علمی، ورزشی و... دارند و با شناخت این توانایی و آگاهی از فعالیت دیگر زنان، تشویق به شرکت در این فعالیت‌ها و نیز ارتقای توانمندی‌های آنان می‌گردد (Mehra, Merkel, & Bishop, 2004: 789). یقیناً حضور زنان در عرصه‌های مختلف نشان از علاقه آنان برای اثرگذاری در عرصه‌های گوناگون را نشان می‌دهد. آن‌ها با پیگیری فعالیت دیگر زنان در اجتماع، به مؤثر بودن و حضور خود نیز در عرصه‌های مختلف امیدوار می‌شوند و به عبارت دیگر، به سمتی حرکت می‌کنند که بالقوه‌های خود را بالفعل کنند که این امر آنها را در چرخه خودباوری، عملکرد، اعتمادبه‌نفس و توانمندی قرار می‌دهد که با تکرار هرچه بیشتر آن و در زنان بیشتر در جامعه، این چرخه تقویت شده و حضور زنان در اجتماع را پررنگ‌تر می‌سازد. همین فعالیت‌های اجتماعی و حضور آنان در شبکه‌های اجتماعی، موجب می‌شود تا صدای زنان به گوش دیگران برسد و می‌توانند هرآنچه را که می‌خواهند عنوان کنند، طلب کنند، مبارزه کنند و در راستای احقاق حق خود تلاش کنند و آنچه را که در جامعه برایشان ممکن نیست، با دیگران به اشتراک گذاشته و در راستای یافتن یک‌راه حل درست تلاش کنند (Odine, 2013: 11). این بخش از یافته‌های پژوهش با یافته‌های پژوهش سیفاللهی و همکاران (۱۳۹۴: ۲۷-۴۴) و کیایی و همکاران (۱۳۹۶) تطابق دارد گرچه آنها به ابعاد و مؤلفه‌های کمتری نسبت به پژوهش ما پرداخته‌اند و پژوهش ما تبیین جامع‌تری می‌باشد.

پژوهش ما نشان می‌دهد زنان در مسیر هدفمندی و توانمندی، می‌بایست بتوانند بر دیگران تأثیر بگذارند و با ایجاد انگیزه در دیگر افراد هم‌راستا با عقاید خود، آن‌ها را تشویق به یک عمل خاص کنند و با اشتراک تجربیات خود، مطالب تولیدشده توسط خودشان و یا دیگران، می‌توانند انگیزه‌ای برای استفاده از آنها در جهت منابع اجتماعی خود باشند. در حقیقت، دانش رسانه‌ای به‌واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند مستقیماً روی توانمند شدن زنان تأثیر بگذارد. سواد رسانه‌ای می‌تواند موجب

ایجاد قدرت کنترل و انتخاب منابع و تعامل با اجتماع از طریق مطرح کردن عقاید نسبت به عوامل مختلف باشد (Shearer, 2009: 32). همچنین در این راستا، با افزایش استفاده زنان از شبکه‌های اجتماعی، میزان تعاملات زنان با دیگر افراد هم‌عقیده در جامعه افزایش می‌یابد. در خلال این تعاملات، تبادل فرهنگی و مشارکت زنان در امور اجتماعی، منجر به افزایش دسترسی به منابع و برابر شدن جایگاه زنان با مردان می‌شود. زنان با حضور در شبکه‌های مجازی، بدون محدودیت درباره موضوعات موردعلاقه خود و بدون دغدغه، صحبت می‌کنند (Shearer, 2009: 30). این بخش از یافته‌ها با یافته‌های پژوهش‌های عباسی و همکاران (۲۰۱۹: ۱۱) و عبداللهیان و همکاران (۱۳۹۹: ۱۵۰) هم‌راستا می‌باشد.

این بخش از یافته‌های تحقیق نشان مطابق با یافته‌های انانتا و نارایا (۲۰۱۶) و خان و معین (۲۰۱۳) نشان می‌دهد زنان در جامعه سنتی، تحت فشارهای باورهای سنتی و غلط فرهنگی، متحمل فشار و مشکلات بسیاری هستند و شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای حضور و تولید محتوا در اختیار آنها قرار می‌دهد، به نحوی که زنان به راحتی احساسات و عقاید خود را بروز می‌دهند و با افراد مشترک و هم‌عقیده، به تعامل و بحث و گفتگو می‌پردازند و به راه‌حلی برای برطرف کردن مشکلات خود می‌رسند. در حقیقت، شبکه‌های اجتماعی با افزایش دادن آگاهی و دانش زنان، منجر به سهولت در دسترسی به منابع می‌شوند و عمده موانع بر سر راه زنان که حاصل از عدم آگاهی آنان است را برطرف می‌کنند. همچنین این شبکه‌ها به‌عنوان سریع‌ترین و ارزان‌ترین راه‌های تبادل اطلاعات، بستر بسیار مناسبی را برای کمک به حل مشکلات زنان و ارتقاء جایگاه و متعاقباً توانمندی آنها، فراهم می‌کند (mson, 2018).

همچنین طبق نتایج این پژوهش، شبکه‌های اجتماعی، باعث قرارگیری زنان در جامعه نامحدود اطلاعاتی می‌شود و زنان به‌واسطه این اطلاعات، دانش عمومی خود را ارتقا داده و مشارکت آنها در امور اقتصادی و اجتماعی افزایش می‌یابد. همچنین، این شبکه‌ها، انزوای اجتماعی را در زنان تقلیل داده‌اند، به نحوی که زنان به‌سادگی در خلال

آن، ارتباط برقرار کرده و از حاشیه‌نشینی و انزوا به سمت فعالیت‌های اجتماعی سوق داده می‌شوند و جایگاه آنها در اجتماع تثبیت می‌شود (Shearer, 2009: 30). بنابراین، شبکه‌های اجتماعی به نفع زنان و به‌خصوص در جوامع سنتی است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی موجب ارتقای تحرک اجتماعی زنان در جامعه و استحکام نقش اجتماعی آنها می‌شود، به‌نحوی که در این میان، زنان جرات ابراز عقاید خود را پیدا می‌کنند و از انزوا و حاشیه‌نشینی خارج شده و به‌عنوان تصمیم‌گیرنده در امور مهم اجتماعی، در جایگاه نزدیک و یا برابر با مردان، قرار می‌گیرند که این امر موجب ارتقای توانمندی زنان می‌شود (Vardhan, 2017: 119).

نتیجه‌گیری کلی از مطالعه حاضر مطابق با مطالعات کومار و همکاران (۲۰۱۹)، انانتا نارایانا (۲۰۱۶) و خان و معین (۲۰۱۳)، (Kaldi & Salahshori, 2012: 15)، کیایی و همکاران (۱۳۹۶)، (عباسی و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۱)، و حاتمی و همکاران (۱۳۹۶)، بدین ترتیب است که شبکه‌های اجتماعی با اختصاص فضای اطلاعاتی، به نفع زنان، امکان حضور گسترده آنان را بدون محدودیت جنسیتی در فضای اطلاعاتی فراهم می‌آورد که منجر به ارتقای حس استقلال و عزت‌نفس در آنان می‌شود. همچنین زنان با اشتراک جنبه‌های خصوصی زندگی و رویدادهای شخصی خود، از گوشه‌نشینی و انزوا بیرون آمده و تعاملاتشان با افراد هم‌عقیده افزایش می‌یابد. همچنین افزایش اطلاعات زنان، منجر به گذر از عقاید و باورهای سنتی و غلط فرهنگی شده که به نفع حضور آنان در اجتماع و یافتن جایگاه حقیقی در امور اجتماعی است و به‌واسطه آن، فرایند توانمندسازی زنان رخ می‌دهد. همچنین جنبه دیگری نوآوری این مطالعه که محقق شد تبیین تمام نتایج به روش کمی و پیمایشی بود که نتایج آن در جدول‌های آماری آمده است.

پیشنهادها:

با توجه به نتایج رگرسیونی میزان تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر متغیر توانمندسازی زنان که از میان این مؤلفه‌ها در مدل رگرسیونی، متغیرهای افزایش سطح

دانش و آگاهی، مشارکت‌های اجتماعی، اشتراک تجربیات زندگی شخصی و حرفه‌ای با ضرایب بتای برابر با ۴/۲۰۷، ۴/۱۷۱ و ۴/۱۰۸، به بهترین وجه اثرات استفاده از شبکه‌های اجتماعی را تبیین می‌کنند.

در این راستا می‌توان پیشنهادهای ذیل را ارائه داد:

۱- زنان با عضویت در شبکه‌های اجتماعی سطح دانش و آگاهی خود را بالا می‌برند و خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند. آن‌ها با استفاده از فضایی که برایشان فراهم می‌شود، با ایجاد تحرکات اجتماعی و تغییر عقاید و اندیشه‌های سنتی می‌توانند سطح آگاهی و حضور و مشارکت خود را در جامعه افزایش دهند. بنابراین با برنامه‌ریزی و آموزش سواد رسانه‌ای فضای استفاده از شبکه‌های اجتماعی را مهیاتر و مناسب‌تر کنیم تا لاقلاً از محاسن بی‌شمار این فضا نسبت به برخی معایب محدود برای زنان محروم نشویم.

۲- باید توجه داشت آنچه که در مؤثر واقع شدن افزایش و گسترش مشارکت زنان در جامعه اهمیت دارد این است که ضرورت حضور فعالانه و مشارکت اجتماعی زنان در فرهنگ عمومی جامعه باید وارد شود و در قالب یک باور فرهنگی درآید و از طرف دیگر زمینه‌های انحرافات، باورهای غلط و منفی، برداشت‌های شخصی و سلیقه‌ای نسبت به فرایند مشارکت اجتماعی زنان در اجتماع از بین برود و این مشارکت اجتماعی زنان در جامعه نهادینه شود.

۳- در صورتی که اطلاعات مربوط به زندگی خصوصی و حرفه‌ای زنان به صورت صحیح و هدفمند و قابل اعتماد در شبکه‌های مجازی به اشتراک گذاشته شود می‌تواند بستر مناسبی در جهت بهبود سطح آگاهی، دانش، تبادل اطلاعات و تجربیات مفید و صحیح مؤثر باشد.

۴- با توجه به نتایج به دست آمده در این پژوهش، برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران حوزه آموزش در امور زنان با راه‌اندازی کانال‌ها و شبکه‌های آموزشی و هدفمندسازی آنها و نظارت دقیق بر محتوای آنها و عضویت زنان در آنها به هدایت و جهت‌دهی صحیح زنان می‌توانند بپردازند.

منابع

- آریانی، ابراهیم؛ زاهد بابلان، عادل؛ معینی کیا، مهدی؛ خالق خواه، علی؛ سروش، مصطفی و موسوی، طیبه. (۱۳۹۵)، «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه قابلیت‌های کارآفرینی دانشجویان تحصیلات تکمیلی»، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، شماره ۲۹: ۶۹-۷۹.
- حاتمی، نگین. (۱۳۹۶)، «مطالعه خودبازنمایی زنان در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه، مورد مطالعه: پست‌های اینستاگرامی زنان ارومیه»، تهران: *کنفرانس سالانه پژوهش در علوم انسانی و مطالعات اجتماعی*، <https://civilica.com/doc/708039>
- حبیب پور، کرم و صفری شالی، رضا. (۱۳۹۵)، *راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی*، تهران: انتشارات متفکران.
- سیف‌اللهی، سیف‌الله و شاطری، پروانه. (۱۳۹۴)، «نقش شبکه‌های اجتماعی نوین در تغییر رفتار دختران و زنان ایرانی، مورد مطالعه: دختران و زنان دانشجوی دانشگاه‌های تهران در سال ۱۳۹۴»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران* دوره ۷، شماره ۲: ۲۷-۴۴.
- شربتیان، محمدحسن و امینی، نفیسه. (۱۳۹۶)، «تحلیل جامعه‌شناختی رابطه سرمایه اجتماعی با سلامت اجتماعی زنان، مورد مطالعه: زنان منطقه چهار شهری تهران»، *برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*، دوره ۸، شماره ۳۰: ۱۴۱-۱۰۵.
- عباسی، رضا؛ احمدیان، لیلا و فرهی، سیده راضیه. (۱۳۹۸)، «بررسی نحوه استفاده از شبکه‌های اجتماعی آنلاین و نقش آنها در به اشتراک‌گذاری اطلاعات سلامت در میان زنان باردار شهر کرمان»، *مجله بیاورد سلامت*، دوره ۱۳، شماره ۴: ۲۱-۱۰.
- عبداللهیان، حمید و هومن، نیلوفر. (۱۳۹۹)، «نقش شبکه‌های اجتماعی در توانمندی زنان از منظر صاحب‌نظران حوزه زنان، جنسیت و ارتباطات»، *فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره ۱۶، شماره ۵۸، ۱۴۱-۱۶۴.
- کیایی، حوری؛ پارسی حمیدرضا و فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۹۶)، «تحلیل اثر رسانه‌های نوشتاری (الکترونیکی و چاپی) بر توانمندسازی زنان شاغل»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۶، شماره ۴.
- نوروزی، فریبا. (۱۳۹۴)، «توانمندسازی زنان، کارآفرینی، توسعه اقتصادی»، تهران: *دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی*، <https://civilica.com/doc/395177>

- نوری قلعه‌نو، رضوان و فرنام، علی. (۱۳۹۴)، «مقایسه و بررسی رابطه آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و جهت‌گیری مذهبی با دل‌زدگی زناشویی دبیران زن و مرد ناحیه ۱ زاهدان»، دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و علوم انسانی، <https://civilica.com/doc/493846>
- Adebayo, E., & Adesope, O. (2007). " Awareness, access and usage of information and communication technologies between female researchers and extensionists. " *International journal of education and development using ICT*, 3(1), 85-93.
- Betz, N. E. (2008). *Women's career development: Praeger Publishers/Greenwood Publishing Group*.
- Björk, A. B., Sjöström, M., Johansson, E. E., Samuelsson, E., & Umefjord, G. (2014). *Women's experiences of internet-based or postal treatment for stress urinary incontinence*. *Qualitative Health Research*, 24(4), 484-493.
- Cobby, P. (2008). *Communication: Definitions and concepts. The international encyclopedia of communication*.
- Cornwall, A. (2016). "Women's empowerment: What works? " *Journal of International Development*, 28(3), 342-359.
- Dholakia, R. R., Dholakia, N., & Kshetri, N. (2004). *Gender and Internet usage. The internet encyclopedia*.
- Flora Amato, Vincenzo Moscato, Antonio Picariello, Giancarlo Sperli'i, " Extreme events management using multimedia social networks, " *Future Generation Computer Systems*, Volume 94,2019, Pages 444-452.
- Goldreich, O., & Oren, Y. (1994). " Definitions and properties of zero-knowledge proof systems. " *Journal of Cryptology*, 7(1), 1-32.
- Haimson, O. (2018) " Social media as social transition machinery. " *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), 1-21.
- Hu, S. L., & Leung, L. (2003). "Effects of expectancy-value, attitudes, and use of the Internet on psychological empowerment experienced by Chinese women at the workplace. " *Telematics and Informatics*, 20(4), 365-382.
- Javanmardi, M., Noroozi, M., Mostafavi, F., & Ashrafi-Rizi, H. (2018). " Internet usage among pregnant women for seeking health information: a review article. " *Iranian journal of nursing and midwifery research*, 23(2), 79-88.
- Kaldi, A., & Salahshori, P. (2012). "The effect of social support on women's empowerment. " *social Journal of Development Studies*, 4, 7-23.

- King, E. M., & Hill, M. A. (1993). *Women's education in developing countries: Barriers, benefits, and policies: The World Bank.*
- Levinson, D. J. (2011). *The seasons of a woman's life: A fascinating exploration of the events, thoughts, and life experiences that all women share:* Ballantine Books.
- Madge, C., & O'connor, H. (2006). "Parenting gone wired: empowerment of new mothers on the internet?" *Social & Cultural Geography*, 7(2), 199-220.
- Malhotra, A., & Schuler, S. R. (2005). "Women's empowerment as a variable in international development. " *Measuring empowerment: Cross-disciplinary perspectives*, 1(1), 71-88.
- Mandal, K. C. (2013). "Concept and Types of Women Empowerment. " *Paper presented at the International Forum of Teaching & Studies.*
- Mayoux, L. (1995). *From vicious to virtuous circles? Gender and micro-enterprise development.* Retrieved from.
- Mehra, B., Merkel, C., & Bishop, A. P. (2004). "The internet for empowerment of minority and marginalized users. " *New media & society*, 6(6), 781-802.
- Melhem, S., Morell, C., & Tandon, N. (2009). *Information and communication technologies for women's socio-economic empowerment:* The World Bank.
- Mosedale, S. (2005). " Assessing women's empowerment: towards a conceptual framework. " *Journal of International Development*, 17(2), 243-257.
- Odine, M. (2013). " Role of social media in the empowerment of Arab women. " *Global Media Journal*, 12(22), 1-30.
- Payne, G. (2017). *The new social mobility: How the politicians got it wrong:* Policy Press.
- Perry, P. (2011). " Concept analysis: Confidence/self- confidence. " *Paper presented at the Nursing forum.*
- Ratheeswari, K. (2018). "Information communication technology in education. " *Journal of Applied and Advanced Research*, 3(1), S45-S47.
- Shearer, N. B. C. (2009). *Health empowerment theory as a guide for practice.* Geriatric nursing (New York, NY), 30(2 Suppl), 4.
- Shirazi ,F. (2012). "Information and communication technology and women empowerment in Iran. " *Telematics and Informatics*, 29(1), 45-55.
- Vandewater, E. A., Ostrove, J. M., & Stewart, A. J. (1997). "Predicting women's well-being in midlife: The importance of personality development and social role involvements. " *Journal of personality and social psychology*, 72(5), 1147.

- Vardhan, R. (2017). "Social media and women empowerment: a sociological analysis. " *International Journal of Economic and Business Review*, 5(6), 117-121.
- Withers, M., Kharazmi, N., & Lim, E. (2018). "Traditional beliefs and practices in pregnancy, childbirth and postpartum: A review of the evidence from Asian countries. " *Midwifery*, 56, 158-170.
- Zhang, Y. (2005). "Age, gender, and Internet attitudes among employees in the business world. " *Computers in Human Behavior*, 21(1), 1-10.