

ارزیابی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان (مطالعه موردی؛ شهر باغملک)

مجید گودرزی^{۱*}، زهرا سلطانی^۲، افسانه علی بخشی^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۱۲/۱۵ صص: ۱۹۳-۲۲۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۱۶

چکیده

امروزه شبکه‌های اجتماعی به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه زنان و مکان تبادل آرا و افکار آنان جهت تأمین نیازهای مناسب با زندگی اجتماعی زنان و توانمندسازی آنان تبدیل شده است. درواقع، افزایش اطلاعات مجازی کاربران زن و آگاهی آن‌ها از نقش اطلاعات در توانمندسازی و نقش آفرینی بالاتر، آن‌ها را به مشارکت بیشتر در دنیای مجازی واداشته است. به همین منظور پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان شهر باغملک تدوین شده است. رویکرد حاکم بر این پژوهش، به لحاظ هدف، کاربردی - نظری و به لحاظ ماهیت و روش، توصیفی - تحلیلی است. داده‌های نظری پژوهش به روش کتابخانه‌ای از طریق کتب موجود و مقالات جمع‌آوری شد. همچنین اطلاعات میدانی با استفاده از پرسشنامه، گردآوری و به‌وسیله نرم‌افزار SPSS.22 و Amos تجزیه و تحلیل شد. نتایج پژوهش نشان داد که ۲۹ درصد از تغییرات متغیر توانمندسازی اقتصادی ($R^2 = 0/29$)؛ ۳۴ درصد از تغییرات متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی ($R^2 = 0/34$)؛ و ۳۹ درصد از تغییرات متغیر توانمندسازی اطلاعاتی ($R^2 = 0/39$) برحسب متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی قابل تبیین است. همچنین مقدار ضرایب تأثیر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی برابر ($Beta = 0/54$)؛ توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی برابر ($Beta = 0/54$)؛ و توانمندسازی اطلاعاتی برابر ($Beta = 0/69$) به دست آمد که در سطح $0/01 < P$ دلالت بر معناداری رابطه و تأثیر مستقیم و بالای متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و اطلاعاتی زنان دارد. برآوردهای مربوط به آزمون فریدمن بیانگر این است که در حوزه توانمندسازی اقتصادی: ارتقاء روحیه کارآفرینی، بهبود فعالیت‌های اقتصادی، خرید مایحتاج خانوار، سرمایه‌گذاری سودآور و بازاریابی به ترتیب در رتبه اول تا پنجم؛ در حوزه توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی: بهبود نظرات و ایده‌ها، حفظ و تقویت آداب‌ورسوم، بهبود وضعیت تحصیلی فرزندان، افزایش میزان مشارکت و تربیت فرزندان به ترتیب در رتبه اول تا پنجم و در حوزه توانمندسازی اطلاعاتی: اخبار و حوادث، خدمات حمل‌ونقل، اطلاعات هواشناسی و خدمات عمومی به ترتیب در رتبه اول تا چهارم قرار دارند.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی مجازی، توانمندسازی اقتصادی، توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی، توانمندسازی اطلاعاتی، شهر باغملک.

^۱ استادیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

^۲ استادیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

^۳ دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

مقدمه

در طول تاریخ تمدن، بشر از ابزارهای مختلف برای ارتباط با یکدیگر بهره جسته است، امروزه با اختراع اینترنت و تکامل سرویس‌های آن، گونه‌های جدیدی از ارتباط مجازی شکل گرفته است. در آغاز قرن ۲۱ و هزاره سوم، ارتباطات اینترنتی (ارتباطات مجازی) گسترش زیادی یافت که شبکه‌های اجتماعی مجازی^۱ یکی از اشکال تکامل یافته آن می‌باشد (Willam, 2009: 35). ارتباطات اینترنتی عملاً جهان را به روستای جهانی کاهش داده است (Barat Dastjerdi and Sayadi, 2013: 334). صاحب‌نظران در تعریفی شبکه‌های اجتماعی مجازی را عبارت می‌دانند از جامعه برخط از کاربران اینترنتی که تمایل به برقرار کردن ارتباط با دیگر کاربران در حوزه‌های موردعلاقه دو طرف را دارند، تعریف کرده‌اند (Willam, 2009: 35). توسعه فناوری و گسترش صنعت ارتباطات، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی و اینترنت منجر به افزایش سرعت و دقت کارها شده است (Barat Dastjerdi and Sayadi, 2013: 334).

از مؤلفه‌های مؤثری که امروزه یکی از ابزارهای مهم توانمندسازی زنان به شمار می‌رود، شبکه‌های اجتماعی مجازی است (Praprotnik, 2004: 36). در واقع، افزایش اطلاعات مجازی کاربران زن و آگاهی آن‌ها از نقش اطلاعات در توانمندسازی و نقش آفرینی بالاتر، آن‌ها را به مشارکت بیشتر در دنیای مجازی واداشته است. به طوری که نتایج یک نظرسنجی در ۲۴ کشور جهان (۲۰۱۰) نشان می‌دهد که در سراسر جهان به‌طور متوسط از هر ۱۰ نفر کاربر اینترنت، ۶ نفر از شبکه‌های اجتماعی بازدید می‌کنند (Rasoolzadeh et al., 2014: 52). می‌توان اذعان کرد که فضای مجازی زمینه‌ساز یک امکان بالقوه طلایی برای توانمندی به شمار می‌رود که در سایه دسترسی برابر زنان نسبت به مردان به فناوری نوین پدید می‌آید (Whittaker, 2002: 23). توانمندسازی حرفه‌ای زنان، به‌ویژه زنان سرپرست خانوار، به عنوان یک هدف توسعه وسیله‌ای برای دستیابی به رفاه انسانی است (Afshari et al., 2019: 2).

استقبال ایرانیان به شبکه‌های اجتماعی از پایگاه اورکات^۲ آغاز شد؛ به گونه‌ای که پس از برزیل و آمریکا، ایران سومین کشور حاضر در اورکات بود؛ هرچند ردپای این گرایش‌ها را می‌توان در اتاق‌های گفت‌وگوی یاهو و تالارهای گفتمان عمومی، مانند ابزار فارسی و گفتار فارسی یافت. روند عضویت

¹ Virtual Social Networks

^۲ اورکات (Orkut): وب‌گاهی است که بر پایه شبکه‌های اجتماعی و اعتماد پیاده‌سازی شده‌است، شما می‌توانید از طریق دوستان خود، دوستان جدیدی بیابید یا در انجمن‌های مورد علاقه عضو شده، انجمن جدیدی بسازید و در آن فعالیت کنید. در آن می‌توان مشخصات خود را به زعم خود نوشت، این سایت تحت پشتیبانی شرکت گوگل است، و برای اولین بار در تاریخ ۲۲ ژانویه ۲۰۰۴ شروع به کار کرد.

ایرانیان در اورکات، به حدی پیش رفت که فارسی به یکی از پنج زبان پرستفاده در این پایگاه تبدیل شد (Bakhshi et al., 2013: 42).

بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌های شبکه‌های مجازی به‌عنوان ابزار قوی، گسترده و همگانی در راستای ارتقای دانش و مهارت‌های زندگی و همچنین توانمندسازی زنان به‌عنوان قشر آسیب‌پذیر، موضوع بسیار مهمی است که در صورت استفاده زنان از شبکه‌های مجازی تخصصی مرتبط با آموزش‌های شغلی، مهارت‌های زندگی، مدیریت خانواده، کارآفرینی و ...، قاعدتاً توانمندتر خواهند شد. مدیریت فضای مجازی و همچنین شناخت نیازهای زنان در راستای بهره‌گیری حداکثری از ظرفیت‌های مکانی و ارتقاء توانمندسازی زنان دارای اهمیت ویژه است و توجه به سازوکارهای لازم برای ارتقاء آن‌ها در ابعاد اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و جهت‌دهی به اولویت‌های زندگی نقش اساسی دارد. این اهمیت زمانی بیشتر نمود پیدا می‌کند که در برنامه چهارم توسعه کشور یکی از مهم‌ترین وظایفی که به سازمان‌های حمایتی واگذار شده است، موضوع توانمندسازی است که در ماده ۱۰۲ و ۱۱۲ مستقیماً بدان اشاره شده است. به همین منظور، پژوهش حاضر باهدف ارزیابی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان شهر باغملک تدوین شده و در همین راستا با رویکردی کاربردی- نظری در پی پاسخگویی به پرسش زیر است:

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اطلاع‌رسانی چگونه است و شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان در کدام بعد نقش تأثیرگذارتری داشته است؟

پیشینه پژوهش

در هر پژوهشی توجه خاص محقق به تحقیقات مشابه و سابقه آن‌ها نشان از عمق کار محقق و جامعیت کار او دارد. هرچه محقق تحقیقات مشابه بیشتری را بررسی کند علاوه بر اینکه توانمندی و اقتدار وی بر موضوع تحقیق افزایش می‌یابد، بر اعتبار تحقیق او نیز می‌افزاید و نشان از درک کامل و صحیح وی از ابعاد مختلف تحقیق دارد. در ادامه نتایج تعدادی از مطالعات مرتبط با موضوع پژوهش به‌طور خلاصه در جدول (۱) بیان شده است.

جدول ۱- پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع تحقیق

نویسندگان	عنوان	نتایج
کتابی و همکاران (۱۳۸۲)	توانمندسازی زنان برای مشارکت در توسعه اصفهان	افزایش سطح تحصیلات، دسترسی به منابع مالی، بهبود وضع سلامت، برخورداری از حق مالکیت قانونی، رفع تبعیض از بازار کار و حذف باورهای سنتی جامعه در خصوص اشتغال از عوامل مؤثر در توانمندسازی زنان هستند.
ذکایی (۱۳۸۶)	ساخت و بازسازی سبک جدیدی از زندگی در میان اعضای شبکه‌های اجتماعی اینترنتی	ارتباطات مجازی می‌توانند زمینه شکل‌گیری عادات و راه‌های جدیدی را فراهم سازند که خود به کنش و انتخاب‌های متفاوتی منتهی می‌شود.
شهریاری (۱۳۸۷)	بررسی راه‌های توانمندسازی زنان روستایی شهرستان سیستان و بلوچستان و تأثیر آن بر کارآفرینی	نشان داد که موانع موجود بر سر راه توانمندسازی زنان را به سه بخش تقسیم می‌کند: موانع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی.
عنایستانی و همکاران (۱۳۹۰)	تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و کالبدی ICT در توسعه نواحی روستایی	ICT روستایی می‌تواند در ابعاد گوناگون اجتماعی، اقتصادی و کالبدی، آثار مثبتی برجای نهد و تفاوت معناداری در پاسخگویی روستاییان در روستاهای برخوردار و نابرخوردار وجود دارد.
نادری مهدی و وحدت مؤدب (۱۳۹۷)	بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی زنان دارای مشاغل خانگی (مطالعه موردی: شهرستان رزن)	نتایج تحلیل خوشه‌ای بیانگر این است که ۶۳/۲۵ درصد از افراد مطالعه شده از نظر توانمندی ضعیف و ۲۱ درصد نسبتاً توانمند بودند؛ در حالی که فقط ۱۴/۸۴ درصد از افراد کاملاً توانمند ارزیابی شدند. بر اساس نتایج تحلیل تشخیصی نیز می‌توان گفت عوامل مهمی که این گروه‌ها را از هم متمایز می‌کنند به ترتیب عبارت‌اند از: تأمین مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی و انسجام اجتماعی.
لنهارت و مادن ^۱ (۲۰۰۷)	علل گرایش کاربران به شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایالات متحده آمریکا	۹۱ درصد کاربران از این سایت‌ها برای حفظ روابط خود استفاده می‌کنند و ۸۲ درصد به دنبال ایجاد و پیگیری طرح‌های اجتماعی از این سایت‌ها هستند.
گراسموک ^۲ (۲۰۰۹)	فیس بوک و هویت	آگاهی‌هایی که کنشگران از حضور در فیس‌بوک به‌عنوان یک زیست جهان کسب می‌کنند، هویت جهانی افراد را شکل می‌دهد.

^۱ Lenhart and Madden^۲ Grasmuck

<p>سیستم ارتباط افراد در یک شبکه خویشاوندی نشان می‌دهد که رابطه بین خویشاوندانی که دور از یکدیگر زندگی می‌کنند نسبت به افراد غیر مرتبط با یکدیگر، بیشتر است و ارتباط بین خویشاوندان در رابطه بافاصله خویشاوندان نزدیک درجه احتمال بیشتری برای همکاری و رابطه در شبکه خویشاوندی وجود دارد.</p>	<p>شبکه‌های اجتماعی و فضایی تایلند در روستاهایی که دارای مکان واحد مسکونی GPS و شبکه‌های خویشاوندی اشباع شده از همه افرادند</p>	<p>آشتون و وارد^۱ (۲۰۱۲)</p>
<p>بیشترین مهاجران نسل جدید هستند که به دنبال حمایت‌های اجتماعی از شبکه‌های اجتماعی می‌باشند. همچنین ادغام مهاجران از روستا به جامعه شهری چین طی فرایند شبکه‌های اجتماعی یک فرایند تعارض و تناقض خواهد بود.</p>	<p>تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر روند توسعه روستایی در نتیجه ادغام مهاجران روستایی در جامعه شهری چین در هشت منطقه روستا شهری گوانگژو</p>	<p>لیو لیب^۲ (۲۰۱۲)</p>
<p>همبستگی بین استفاده از فیس‌بوک و عادت در میان جوانان روستا مثبت است.</p>	<p>عوامل تعیین کننده استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان جوانان روستایی آفریقای جنوبی</p>	<p>شوا و چیناموریندی^۳ (۲۰۱۸)</p>
<p>نمی‌توان بدون استفاده از رسانه‌های اجتماعی از بسیج و توسعه مؤثر جامعه در دوران مدرن صحبت کرد و جوامع خواهان توسعه در نیجریه باید تلاش‌های خودشان را آغاز کنند؛ زیرا به دلیل کمبود بودجه، توسعه هر جامعه به‌طور هم‌زمان برای دولت غیرممکن است. سرانجام، موفقیت مجمع اتحاد یگانگی اوگا (Ogwa) نشانگر این است که Whatsapp مؤثرترین برنامه برای توسعه جامعه در کشورهای در حال توسعه مانند نیجریه است.</p>	<p>نقش رسانه‌های اجتماعی در توسعه جامعه در نیجریه: مدل اتحاد وحدت OAF</p>	<p>چدی یوکادو^۴ (۲۰۱۸)</p>

همان‌طور که مشاهده می‌شود تحقیقات متعددی در زمینه شبکه‌های اجتماعی در سطح ملی و بین‌المللی انجام شده است. با این وجود به نظر می‌رسد شکاف قابل توجهی بین تحقیق حاضر و تحقیقات انجام شده وجود دارد که پژوهش و کنکاش علمی در زمینه نقش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و توانمندسازی زنان در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اطلاعاتی انجام نشده و علاوه بر این‌ها پژوهشی در این راستا در منطقه مورد مطالعه صورت نگرفته است.

¹ Ashton and Verdery

² Liu lib

³ Shava and Chinyamurindi

⁴ Chidi Ukomadu

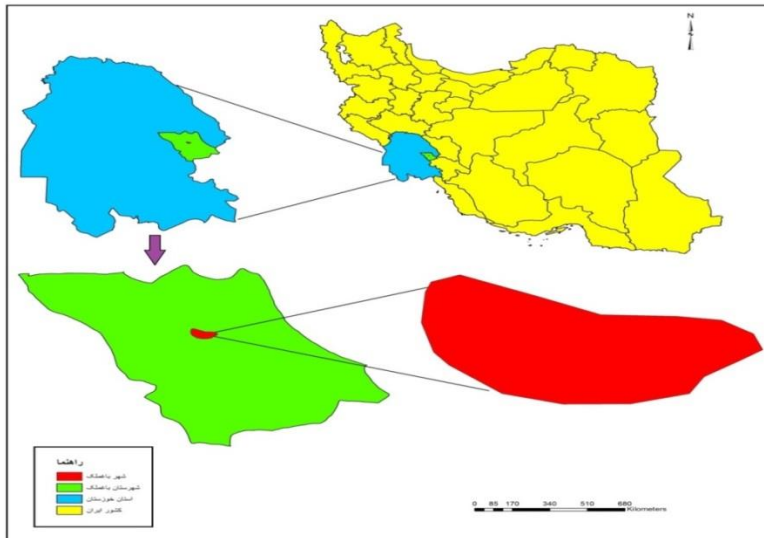
فرضیه‌های پژوهش

در راستای پاسخگویی به سؤال مطرح شده و دستیابی به هدف پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر می‌باشد:

- شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی اقتصادی زنان شهر باغملک نقش داشته است؛
- شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی اجتماعی- فرهنگی زنان شهر باغملک نقش داشته است؛
- شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی اطلاعاتی زنان شهر باغملک نقش داشته است.

موقعیت جغرافیایی شهر باغملک

شهرستان باغملک یکی از ۲۵ شهرستان استان خوزستان در جنوب غربی ایران می‌باشد که با ۲۲۰۹/۹ کیلومترمربع وسعت، ۳/۵ درصد از سطح استان را به خود اختصاص داده و از نظر وسعت چهاردهمین شهرستان می‌باشد که بین ۳۱ درجه و ۱۳ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۴۳ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۹ درجه و ۲۹ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۱۸ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ در شرق استان خوزستان واقع گردیده و از شمال با شهرستان ایذه، شرق با استان کهگیلویه و بویراحمد، شمال غرب با شهرستان مسجدسلیمان، غرب و جنوب غرب با شهرستان رامهرمز هم‌مرز و در کوهپایه کوهستان منگشت از رشته‌کوه‌های زاگرس واقع گردیده است. این شهرستان به علت داشتن موقعیت کوهستانی از توپوگرافی پرفرازونشیبی برخوردار است و دارای آب‌وهوای معتدل و زمین‌های حاصلخیزی می‌باشد. اگرچه از نظر تقسیمات سیاسی و کشوری، شهرستانی جوان است، اما از نظر تاریخی قدمتی دیرینه دارد و مرکز آن شهر باغملک که در عرض جغرافیایی ۳۱ درجه و ۱۳ دقیقه و طول جغرافیایی ۴۹ درجه و ۵۱ دقیقه و در ارتفاع ۹۱۷ متر از سطح دریا و بر روی دشتی از رسوبات آبرفتی ساخته‌شده که اطراف آن را ارتفاعات متعددی احاطه کرده‌اند (Hemmati, 2016: 53). شکل (۱) موقعیت جغرافیایی شهر باغملک را نشان می‌دهد.



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی شهر باغملک

مأخذ: (استانداری خوزستان؛ ترسیم: نگارندگان، ۱۳۹۸)

مبانی نظری

جغرافیای اجتماعی و فضای مجازی

علم جغرافیا به روابط بین انسان و محیط می‌پردازد؛ جغرافیدانان از گذشته تاکنون همواره محیط‌ها و فضاهای گوناگون را بررسی می‌کرده‌اند تا با شناخت بهتر محیط، شرایط بهتری را برای زندگی انسان فراهم آورند. از انقلاب صنعتی به بعد اختراع و تولید ماشین‌آلات به افزایش سرعت ارتباطات منجر شد و این روند تا امروز ادامه داشته که موجب افزایش تعاملات و روابط بین انسان‌ها شده، ضمن اینکه در چند دهه‌ی اخیر گسترش ارتباطات در فضاهای مجازی باعث سرعت بخشیدن به این تعاملات شده. این امر موجب شده تا تمامی کشورها به دنبال استفاده‌ی هرچه بیشتر از این فضا و گسترش ارتباطات باشند.

در جغرافیا مفهوم فضا به دو صورت فضای مطلق و فضای نسبی بکار برده می‌شود. فضای مطلق دارای کیفیت عینی، مشخص و طبیعی است در صورتی که فضای نسبی به‌طور مداوم در اثر نیازهای اجتماعی و اقتصادی و شرایط فناورانه تغییر می‌یابد. از دیدگاه علم فضایی، مردم در فضاهای نسبی زندگی می‌کنند. بدین ترتیب فضای فعالیت، فضای اجتماعی، فضای ساخته‌شده و فضای عملکردی در محدوده‌ی فضای نسبی جای می‌گیرند (Shakoe, 1996: 286). طبق تعاریف جغرافیدانان، مشخص و آشکار است که علم جغرافیا علاوه بر مطالعه‌ی محیط طبیعی به بررسی و مطالعه‌ی روابط

انسانی نیز می‌پردازد و فضای مجازی نیز به‌عنوان محیطی برای تعامل انسان‌ها بدون شک یک فضای جغرافیایی شناخته می‌شود و باید همانند سایر فضاها و محیط‌های جغرافیایی با یک دید کل‌نگر و جامع موردبررسی قرار بگیرد و در زمینه‌های مختلف ارزیابی شود.

انقلاب ارتباطاتی جهانی، از اواخر دهه ۱۹۶۰ شروع شد؛ هنگامی که نخستین ماهواره‌ها در مدار قرار گرفت و بی‌درنگ از آن برای ارسال سیگنال‌ها از نقطه‌ای به نقطه‌ای دیگر در روی زمین استفاده شد. ماهواره‌های امروزی می‌توانند هزاران هزار کانال ارتباطی را به‌طور هم‌زمان اداره کنند. بعضی از آن‌ها دائماً علائمی می‌فرستند که به هواپیماها، کشتی‌ها و حتی خودروهای شخصی امکان می‌دهد موقعیتشان را با دقت بسیار بالایی تعیین کنند. در زمان حاضر نیز کیفیت و ظرفیت ارتباطات زمینی با پیشرفت‌های عمده‌ای که در زمینه فیبر نوری رخ داد، به طرز حیرت‌انگیزی افزایش یافت. اثر ترکیبی همه این پیشرفت‌های فناورانه، بر روی کاربرد رایانه‌ها تغییر شگفت‌آوری از انباشت و پردازش داده‌های اطلاعاتی به‌طور کلی توسط ماشین‌های مجزا، به استفاده از فعالیت‌های متقابل رایانه‌های کوچک و توزیع قدرت رایانه در شبکه‌های الکترونیکی است. نمونه بارز کاربرد این شکل تازه از فعالیت متقابل رایانه‌ای، البته اینترنت است که در عرض کمتر از سه دهه از شبکه آزمایشی‌ای که در خدمت چند مؤسسه پژوهشی در ایالات متحده بود، به سیستم جهانی هزاران هزار شبکه مرتبط باهم مبدل شده است که میلیون‌ها رایانه را به همدیگر متصل می‌کند و به نظر می‌رسد که ظرفیت و تنوع‌پذیری آن نامتناهی است (Kara, 2007: 174). برخلاف پیشینی‌های آینده‌شناسان، اقتصاد عصر اینترنت بی‌مکان نیست. تولید اطلاعات و دانش در واقع ریشه در مکان‌های ویژه‌ای دارد که پیتر هال و مانوئل کاستلز از آن با عنوان «محیط‌ها / اقلیم‌های نوآوری» یاد می‌کنند و آن را نیز ثوریزه کرده‌اند. اینترنت، جغرافیا دارد؛ و مکان جغرافیایی اینترنت، به لحاظ فضایی، الگوهای مکانی بسیار متمرکز یافته‌ای دارد. جغرافیای یک اقتصاد و جامعه اینترنت محور، گره‌ها و شبکه‌هایی را در سیاره‌ای که در میان یک بحران قرار گرفته است، می‌سازد. بنابراین، هم به لحاظ پراکندگی فضایی و هم به لحاظ تمرکز فضایی، جغرافیای جدیدی را مشخص می‌سازد، اما کنش متقابل بین هر دو فرایندها، چیزی است که «فضای جریان‌ها» نامیده می‌شود (Castells, 2005: 23).

در عصر اینترنت، برای برخی زنگ پایان جغرافیا به صدا درآمده است، ولی چنین تحلیلی به واقعیت نزدیک نیست؛ چراکه اینترنت، جغرافیای مخصوص به خودش را دارد. جغرافیا، شبکه‌ها و گره‌هایی می‌سازد که فرایند جریان اطلاعات در مکان‌ها تولید و مدیریت می‌گردد. دستگاه شبکه‌ای است، بنابراین، معماری و دینامیک شبکه‌های چندگانه منابع معانی و کارکرد برای هر مکان است. فضای منتج از جریان‌ها شکل جدیدی از فضا که مشخصه عصر اطلاعات است، اما بی‌مکان نیست، به مکان‌هایی اتصال می‌یابد که به‌وسیله شبکه‌های رایانه‌های ارتباط از راه دور و سیستم انتقال

کامپیوتری شده است. فاصله را تعریف محدود می‌کند، اما جغرافیا را لغو نمی‌کند. پیکربندی‌های نوین قلمروی، از فرایندهای هم‌زمان تمرکز فضایی، تمرکززدایی و پیوند، کار بی‌رحمانه به‌وسیله هندسه متغیر جریان‌های اطلاعاتی جهانی ظهور کرده‌اند (Castells, 2001: 207). بعد جغرافیایی اینترنت را می‌توان از چند منظر تحلیل کرد

الف) جغرافیای تکنیکال یا فنی آن، توزیع فضایی کاربران آن و جغرافیای اقتصادی تولید اینترنت؛
 ب) هر گره با گره دیگری در یک هرم، مسیرهای امکانی پیوند می‌یابد. ایالات‌متحده آمریکا دارای ظرفیت پهنای باند بزرگ‌تر نسبت به بقیه جهان است. آمریکا در پیوند بین کشورها نقش مرکزی را ایفا می‌کند. این پهنای باند در جاهای دیگر مانند اروپا گسترش می‌یابد. در این میان، توزیع نامتوازن زیرساخت‌های تکنولوژیک، ثروت و آموزش را در سیاره زمین نشان می‌دهد. بنابراین، الگوهای فضایی کاربران اینترنت؛ الگوهای تکه‌تکه به لحاظ جغرافیایی را نشان می‌دهد که بر اساس آن، ثروت، تکنولوژی و قدرت آن نمایش داده می‌شود، که این به معنای جغرافیای نوین توسعه است. در داخل کشورها نیز، تفاوت‌های فضایی عظیمی در پخش استفاده از اینترنت وجود دارد. نخست نواحی شهری هم در کشورهای پیشرفته و هم توسعه‌نیافته است. نواحی روستایی و شهرک‌های کوچک در دسترسی به این رسانه نوین عقب‌ماندگی‌هایی را نشان می‌دهد، که این برخلاف هیاهو و سروصدای آینده‌شناسان تکنولوژیک است؛ حتی در داخل شهرها نیز ناموزونی در استفاده از اینترنت دیده می‌شود، که این خود تنوع جغرافیای اجتماعی را در آینده نشان خواهد داد (Castells, 2001: 208).

توانمندسازی

توانمندسازی به معنای گسترش دارایی‌ها و بهبود قابلیت‌های افراد فقیر برای مذاکره، نفوذ و کنترل و التزام نهادها به پاسخ‌گویی به آن‌ها می‌داند (Jain and Jain, 2012: 7689). همچنین توانمندسازی به‌منزله بخشی از زبان توسعه مطرح است و ارتباط تنگاتنگی با بهبود مستمر، ارتقای صلاحیت، تغییر در رفتار و بهبود عملکرد زنان دارد (Coleman, 1988: 99). توانمندسازی زنان را می‌توان به معنای ایجاد قدرت تصمیم‌گیری، انتخاب، سازمان‌دهی خود، مشارکت و همچنین ایجاد قدرت فردی، گروهی و جمعی در زنان برای تغییر وضعیت موجود در نظر گرفت (Fukuyama, 2000: 8). توانمندسازی عبارت است از قدرت افراد برای تسلط بر شرایط زندگی و تغییر آن، که این مفهوم کلی متشکل از احساس شایستگی، احساس قدرت، عزت‌نفس، خود اثربخشی، قدرت تصمیم‌گیری، تحرک اقتصادی و درآمد است (Schumacker and Lomax, 2004: 29). انجمن بین‌المللی توسعه کانادا (۲۰۱۰) برای توانمندسازی زنان سه بعد اقتصادی، سیاسی و اجتماعی قائل شده است (Jackson, 2010: 108).

شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی مجموعه‌ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمان‌ها که به وسیله مجموعه‌ای از روابط معنی‌دار اجتماعی به هم متصل‌اند و باهم در به اشتراک گذاشتن ارزش-ها تعامل دارند (Boyd and Ellison, 2007: 211). شبکه‌های اجتماعی سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جستجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت و ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند (Tiffany et al., 2009: 230). همچنین شبکه‌های اجتماعی مجازی عبارت است از جامعه‌ی برخط از کاربران اینترنتی که تمایل به برقرار کردن ارتباط با دیگر کاربران در حوزه‌های موردعلاقه دو طرف را دارند (Willam, 2009: 35) و با میلیون‌ها پیام بر ارزش‌ها، نگرش‌ها و هویت‌های فرهنگی در سطوح خرد (کاربران) و کلان (جامعه) تأثیر می‌گذارد (Kia & Nouri Moradabadi., 2012: 183). بوید و الیسون شبکه‌های اجتماعی را به این صورت تعریف کرده‌اند که سایت‌های شبکه اجتماعی به‌عنوان خدمات مبتنی بر وب است که به افراد اجازه می‌دهد یک پروفایل عمومی یا نیمه عمومی در یک سیستم محدود را بسازد، فهرستی از سایر کاربران برای اشتراک‌گذاری ارائه دهد، فهرست افراد مرتبط با وی و کسانی را که از طریق سایر افراد سیستم به او معرفی شده‌اند، ببیند و اوقاتش را سپری سازد (Sohrabi et al., 2016: 84).

شبکه‌های اجتماعی برای افزایش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی طراحی شده‌اند. به‌طور کلی از طریق اطلاعاتی که بر روی پروفایل افراد قرار می‌گیرد مانند عکس کاربر، اطلاعات شخصی و علایق (که همه این‌ها اطلاعاتی را در خصوص هویت فرد فراهم می‌آورد) برقراری ارتباط تسهیل می‌گردد. کاربران می‌توانند پروفایل‌های دیگران را ببینند و از طریق برنامه‌های کاربردی مختلف مانند ایمیل و چت با یکدیگر ارتباط برقرار کنند (Tiffany et al., 2009: 228) و تبادل فرهنگی، دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی، جلوگیری از انزوای اجتماعی و سرگرمی سالم یکی از مهم‌ترین تأثیرات مثبت این شبکه‌ها در مسائل اجتماعی و فرهنگی است (Golmakaniorcid et al., 2018: 1368). علاوه بر این واقعیت که افراد می‌توانند دوستان جدید خود را در این شبکه‌ها یا با دوستان قدیمی خود در مورد روند تغییر زندگی خود صحبت کنند، می‌توانند دیدگاه‌ها و عقاید خود را با همسالانشان به اشتراک بگذارند (Pelling and White, 2009: 759). از سوی دیگر، معایب متعدد این رسانه‌ها شامل تهاجم فرهنگی، دسترسی آسان به منابع ممنوعه و بی‌تفاوتی به ارزش زندگی انسان می‌شود. در حقیقت، با پیشرفت این رسانه‌ها، انسان ممکن است عواقب منفی ناشی از دنیای مدرن و فن‌آوری‌های ارتباطی مدرن خود را بروز دهد. شبکه‌های اجتماعی پدیده‌های نسبتاً جدیدی هستند که جنبه‌های بسیاری از زندگی انسان را تغییر دادند. در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران چنان مورد استقبال قرار گرفته که به‌جرئت می‌توان گفت یکی از

تأثیرگذارترین سرویس‌های ارائه شده است که در سال‌های اخیر تحول شگرفی در نظام اجتماعی کشورهای مختلف جهان به وجود آورده است. به طوری که امروزه شبکه‌های اجتماعی به محلی برای حضور اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه زنان و مکان تبادل آرا و افکار آنان جهت تأمین نیازهای مناسب با زندگی اجتماعی زنان و توانمندسازی آنان تبدیل شده است (Adlipour et al., 2014: 10).

فناوری اطلاعات و تأثیر آن بر توانمندسازی زنان

فناوری اطلاعات^۱ یا فناوری اطلاعات و ارتباطات طبق تعریف به فناوری نرم‌افزار و سخت‌افزار موردنیاز برای تولید، تبدیل، توزیع، ذخیره، انتقال و استفاده از اطلاعات از هر جا و در هر زمان گفته می‌شود. ظهور فن‌آوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات گستره وسیعی را برای نظریه‌پردازی فراهم آورد (Jalali., 2005: 93). نظریاتی که در این راستا مطرح شدند به دو گروه عمده تقسیم می‌شوند: گروه اول: بر این باورند که جامعه اطلاعاتی پدیده جدید نیست و پیشرفت‌های جدید تکنولوژیک مانند گذشته در خدمت سرمایه‌داری، نابرابری اجتماعی و اقتصادی است. نظریه‌پردازان این گروه عبارتند از: هربرت شیلر با نظریه نئومارکسیسم، میشل آگلی یتا و آلن لی پایتر با نظریه سامان بخشی، دیوید هاروی با نظریه انباشت انعطاف‌پذیر، آنتونی گیدنز با نظریه دولت-ملت و خشونت و یورگن هابرماس و نیکلاس گارنهام با نظریه گستره همگانی. این گروه عصر جدید را سرآغاز کنترل‌های بی‌رحمانه شهروندان معرفی می‌کنند و درعین حال که به هیچ‌وجه اهمیت کلیدی اطلاعات را در دنیای جدید انکار نمی‌کنند و حتی از پذیرش اصطلاح جامعه اطلاعاتی برای عصر رسانه‌های ارتباطی جدید بیمی به خود راه نمی‌دهند، اما بر استمرار مناسبات حاکم بر جامعه و ثبات آن از گذشته تاکنون اصرار می‌ورزند.

گروه دوم: معتقدند در سایه پیشرفت‌های تکنولوژیک، جامعه‌ای با ساختار دموکراتیک شکل گرفته است. ارتباطات بین افراد و گروه‌ها در این جامعه افقی است. مردم به آگاهی‌های بسیار دسترسی دارند و الگوهای ارتباطات رسانه‌ای تغییر یافته‌اند. این اندیشمندان ظهور جامعه‌ای نو را نوید می‌دهند. جامعه‌ای که در آن تولید پیام از انحصار عده‌ای معدود خارج شده است. اندیشمندان این گروه به نقش رسانه‌ای تکنولوژی‌های نوین توجه دارند و آثار آن را بر روابط میان فردی، گروهی و جامعه بررسی و بیان می‌کنند. از نظر این گروه در جامعه نو حاکمیت اصلی با رسانه‌های الکترونیک است. مطرح‌ترین نظریه‌پردازان این گروه عبارت‌اند از: دانیل بل با نظریه فرا صنعتی، ژان بودریار و مارک پاستر با نظریه پست‌مدرنیسم، میشل پیور، چارلز سیل و لری هریش هورن با نظریه تخصصی-سازي انعطاف‌پذیر و مانوئل کاستلز با نظریه شیوه اطلاعاتی توسعه. کاستلز در جلد اول سه‌گانه عصر

¹ Information Technology(IT)

اطلاعات بیان می‌دارد در سایه فن‌آوری‌های رایانه‌ای جامعه‌ای نو به نام جامعه شبکه‌ای ظهور نموده است. وی ظهور جامعه شبکه‌ای را نتیجه تحول روبه‌جلو در عرصه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات می‌داند. وی معتقد است شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرآیندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند. پاستر معتقد است تغییرات گسترده و عظیمی در نظام‌های ارتباطی به وقوع پیوسته است و نظام‌های ارتباطی جدید به مثابه راه‌حلی امیدوارکننده برای نیل به زندگی بهتر و جامعه‌ای با روابط عادلانه‌تر می‌باشند. وی نتیجه این تحول تکنولوژیک را از بین رفتن جریان یک‌سویه پیام از فرستنده به گیرنده و شکل‌گیری ارتباط دوسویه از طریق رسانه‌هایی می‌داند که به‌زعم وی متعلق به عصر دوم رسانه‌ها می‌باشند (Azari & Omidvar., 2012: 220). بان و دایک مزیت‌ها و محدودیت‌های جامعه اطلاعاتی و تحولات اجتماعی ناشی از فن‌آوری‌های نوین را یکسره سیاه یا سفید نمی‌بیند. گرچه ون دایک اصطلاح جامعه شبکه‌ای را برای توضیح جامعه بهره‌مند از فن‌آوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی برمی‌گزیند؛ به‌زعم وی جامعه شبکه‌ای یک صورت‌بندی اجتماعی با زیرساختی از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای است، این شبکه‌ها همه بخش‌ها و واحدهای جامعه را به یکدیگر مرتبط می‌سازند. وی خوش‌بینی کاستلز را مبنی بر دمکراتیک بودن فضای جامعه شبکه‌ای قبول ندارد. از نظر وی وجود فناوری ارتباطی باعث به خطر افتادن نظام‌های سیاسی توتالیتر سنتی و آگاهی‌های شهروندی شده است. اگرچه فناوری را از عوامل زمینه‌ساز ایجاد آزادی می‌داند اما هم‌زمان آن را در خدمت کنترل و مقاصد امنیتی و سیاسی نظام‌های سیاسی معاصر نیز می‌بیند (Mohammadpour., 2006: 2).

توانمندسازی در ابعاد مختلف تحقق می‌یابد و توانمندسازی زنان وابسته به دامنه‌ای از عوامل است که ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، روانی، سیاسی را شامل می‌شود (Whittaker, 2002: 23). بر اساس تجربه سازمان بین‌المللی کار، زمانی که داده‌های توانمندسازی زنان محدود است، فناوری اطلاعات راهی است که زنان کشورهای درحال توسعه را قادر می‌سازد تا وارد عرصه کارزار برای توانمندی‌هایشان در زمینه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی شوند (Neil Anthony et al., 2004: 52).

توانمندسازی زنان به این معناست که آن‌ها قادر به ارزیابی صحیح و شناخت واقعی خویشتن باشند و از توانایی و قابلیت نیل به هدف‌های خویش برخوردار باشند و بتوانند با افزایش توانمندی خویش به هدف‌های موردنظر برسند (CharmchianLangroodi & Ali Beigi., 2016: 282). مطالعات مختلف نشان می‌دهد که در طول تاریخ زنان از لحاظ شرایط اجتماعی، اقتصادی در سطح پایین‌تری نسبت به مردان قرار داشته است (Praprotnik, 2004: 36). این تضاد بین مردان و زنان

را می‌توان در سطح سواد، تحصیلات، فرصت‌های شغلی، کنترل بر دارایی و اموال و مشارکت در صحنه‌های سیاسی مشاهده نمود (Mollai Noushahr., 2014: 61). این توجه به‌ویژه به زنان روستایی موجب شد تا طرح‌های متعددی در خصوص زنان آسیب‌پذیر به اجرا گذاشته شود. یکی از این برنامه‌ها، طرح توانمندسازی زنان بود. زنی که محروم است می‌تواند با استفاده از اینترنت خود را توانمند کند و صدای خود را به گوش دیگران برساند (Moein., 1992: 199).

نظریه توانمندسازی بر این نکته تأکید دارد که زنان نه تنها باید نابرابری‌های موجود بلکه ساختارهای مولد نابرابری را در سطوح گوناگون و هم‌زمان زیر سوال برده و با آن مبارزه کنند. نظریه توانمندسازی بیش‌تر لحاظ کردن توان زنان را در راستای افزایش اتکاء به خود و قدرت درونی تعریف می‌کند و در پی توانمندسازی زنان از راه توزیع دوباره قدرت در داخل خانواده و جامعه است. سارا لانگه یکی از نظریه‌پردازان در امور زنان، توانمندسازی زنان را در پنج مرحله شرح می‌دهد که شامل رفاه، دسترسی، آگاهی، مشارکت و کنترل می‌باشد. یکی دیگر از نظریه‌های مهم در راستای توانمندسازی، نظریه‌های فمینیستی می‌باشد. از نظر فمینیست‌های لیبرال، زن و مرد مانند هم هستند. آنها دلایل موقعیت پایین‌تر زنان را ناشی از کم‌تر بودن فرصت‌های زنان، فقدان یا اندک بودن مقدر تعلیم و تربیت و محدودیت‌های خانوادگی می‌دانند. بر اساس این نظریه زندگی زنان مرکزیت می‌یابد و به لحاظ نظری، فهم عدم تساوی جنسیتی، نقش‌های اجتماعی زنان و تجربیات آنها در حوزه‌های گوناگون اجتماعی است و به لحاظ عملی، هدف ارتقای حقوق زنان است (Ataei & Zamani Miandashti., 2017: 60). به نظر مانوئل کاستلز در جامعه اطلاعاتی، فناوری‌های ارتباط جمعی، نقش اساسی دارند و لحن گفتمان، سبک زندگی و همه ارزش‌های اجتماعی توسط رسانه‌ها و صاحبان آنها تعریف می‌شود. این رسانه‌ها پذیرش نظم‌ها و ترتیبات اجتماعی خاصی را در جامعه ارتقاء می‌بخشند (Sohrabzadeh et al., 2019: 219).

امروزه انسان‌ها علاوه بر آنکه در فضای واقعی و فیزیکی می‌توانند همه داشته‌های فردی و اجتماعی خود را به منصفه ظهور بگذارند در فضای مجازی نیز قادرند تا با استفاده از همه امکانات و ابزارهای وب بنیاد اینگونه تجارت خود را به دیگران انتقال داده و حتی بفروشند. دامنه پر وسعتی از سایت‌ها، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، صفحات اینترنتی و ... تشکیل جوامع مجازی‌اند که به همگان یاری می‌رساند تا در این عرصه حضور پررنگ و اثرگذاری را از آن خود کنند. اشتغال زنان با پیشرفت جوامع، تغییر و تحول پیدا کرده است. ورود ماشین و صنعت بر اشتغال زنان اثر گذاشته و آنان را از مشاغل سنتی به سوی بخش‌های صنعتی سوق داده است. آنچه در تحولات اخیر اشتغال زنان، بیش از هر نکته دیگر چشم‌گیر و درخور توجه است، استقبال زنان از افزایش سطح تحصیلی و

دسترسی به مشاغل جدید حرفه‌ای و فنی است (Madanipour., 2006: 52). مایکل پاستور^۱ در مقاله اش با عنوان «شکاف دیجیتالی در سطح جهانی هنوز وجود دارد، به گزارش اشتغال جهانی نتیجه می‌گیرد که فناوری های اطلاعات و ارتباطات، «پتانسیل تواناسازی» را برای بهبود شرایط زندگی زنان فراهم می‌سازد. توانایی فناوری های اطلاعات و ارتباطات در توانمندسازی زنان از طریق آموزش بهتر و ارتباطات گسترده و در جهت تولید درآمد شخصی برای ایشان نباید دست کم گرفته شود. هاملینک^۲ معتقد است فناوری های اطلاعات و ارتباطات اشکال جدیدی از ارتباطات را به وجود می‌آورد که می‌تواند زنان را قادر به فروپاشیدن موقعیت اجتماعی بسته ای سازد که غالباً در آن محصورند؛ همچنین، فرصت های نوینی را برای اشتغال زنان در مشاغل فراهم می‌آورد که مستلزم مهارت های جدید است (Hamelink, 1999: 23).

فناوری های اطلاعات و ارتباطات می‌تواند همچنین برای زنانی که مسئولیت مراقبت از کودکان را دارند یا آنان که دور از مراکز شهری سکونت دارند، مزایای زیادی به همراه داشته باشد و برای مثال برای آنان فرصت کار از منزل یا به عبارت دیگر دورکاری را فراهم آورد (Ahmadniya., 2004: 11).

روشن‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی- نظری و از نظر روش، توصیفی- تحلیلی می‌باشد. شیوه جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را زنان بالای ۱۸ سال شهر باغملک تشکیل می‌دهند، که تعداد آن‌ها در سال ۱۳۹۷، ۹۷۶۰ نفر می‌باشد. با توجه به جامعه آماری در این پژوهش، حجم نمونه که با استفاده از فرمول کوکران محاسبه گردید، ۳۳۱ نمونه مشخص شده است.

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)} = \frac{\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}}{1 + \frac{1}{9760} \left(\frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2} - 1 \right)} = 331$$

$$t = 1/96$$

$$p = 0/5$$

$$q = 0/5$$

$$d = 0/05$$

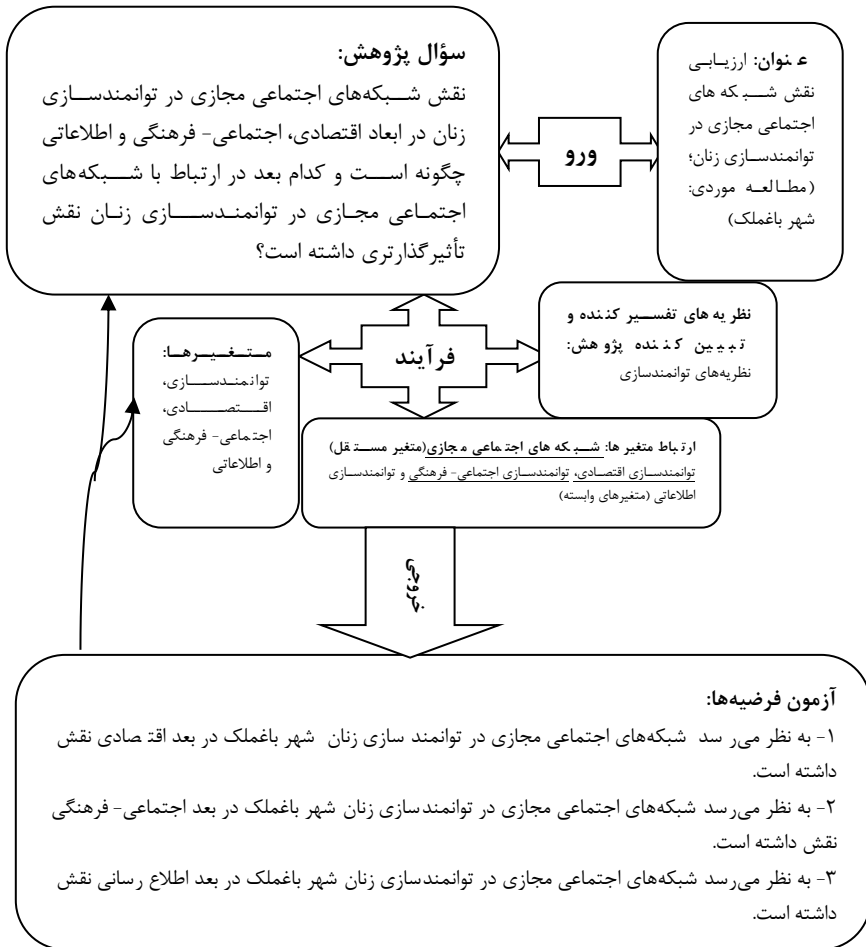
n = حجم نمونه N = تعداد کل جامعه آماری t = ضریب اطمینان d = میزان خطا p = درصد افرادی که صفت مورد نظر را دارند q = درصد افرادی که صفت مورد نظر را ندارند (Hafez Nia., 2010: 167).

¹ Micheal Pastor

² Hamelink

جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات پژوهش از تکنیک‌های آماری تحلیل واریانس یک‌راهه، آزمون تعقیبی «شفه»، مدل‌سازی معادله ساختاری و آزمون فریدمن استفاده شده است. ابزارهای مورد استفاده جهت انجام این تکنیک‌ها، SPSS.22 و Amos می‌باشد.

شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل ۲- مدل مفهومی پژوهش

یافته‌های پژوهش

پایایی و روایی ابزار سنجش

زمانی که مقیاسی از نوع لیکرت باشد و هدف پژوهشگر، سنجش یک مفهوم پیچیده از طریق گویه‌های مختلف و متعدد باشد، به منظور سنجش سازگاری درونی گویه‌ها، می‌توان از آماره آلفای کرونباخ استفاده کرد. هر اندازه مقدار ضریب آلفا به یک نزدیک‌تر باشد، حاکی از آن است که گویه‌ها انسجام درونی بیشتری با هم دارند. پس از سنجش پایایی مفاهیم مورد نظر، مقادیر زیر برای آلفای کرونباخ به دست آمده است:

جدول ۲- مقادیر آلفای کرونباخ برای سنجش پایایی

مفهوم	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
توانمندسازی اقتصادی	۵	۰/۸۳
توانمندسازی اجتماعی- فرهنگی	۵	۰/۸۸
توانمندسازی اطلاعاتی	۴	۰/۹۱

همچنان که داده‌های جدول بالا نشان می‌دهد برای تمام متغیرهای مورد سنجش، مقدار آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ شده است که گویای این واقعیت می‌باشد که سؤالات پرسشنامه از انسجام درونی مناسبی برخوردار هستند.

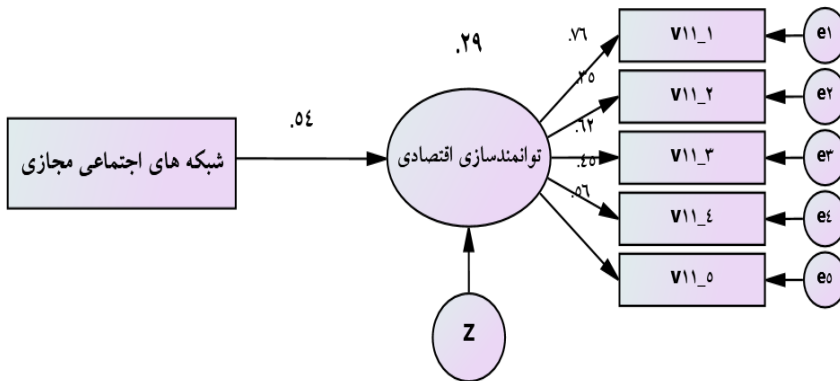
بر خلاف پایایی، که عمدتاً یک مسئله کمی و قابل اندازه‌گیری است، روایی (اعتبار) مسأله‌ای عمدتاً کیفی است. بدین منظور برای سنجش اعتبار سؤالات پرسشنامه در پژوهش حاضر، پرسشنامه را به تعدادی از اساتید متخصص ارائه نموده و نظرات آن‌ها در مورد پرسشنامه اعمال شد. برخی از سؤالات حذف و همچنین تعدادی نیز با توصیه اساتید، به پرسشنامه اضافه شد. در برخی از سؤالات نیز تغییراتی صورت گرفت.

مدل‌سازی معادله ساختاری

فرضیه ۱. شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی اقتصادی زنان شهر باغملک نقش داشته

است.

به منظور آزمون فرضیه بالا از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس‌محور استفاده گردید، برآوردها مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و همچنین پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی زنان) در شکل و جداول زیر گزارش می‌شود:



شکل ۳- مدل معادله ساختاری اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی زنان

جدول ۳- برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

هَنتَر	برازش مقتصد			برازش تطبیقی			برازش مطلق		شاخص
	RMSEA	CMIN/DF	DF	PCFI	CFI	TLI	GFI	CMIN	
۲۶۱	۰/۰۷	۳/۱۷	۹	۰/۵۸	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۹۱	۲۸/۵۳	مقدار

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

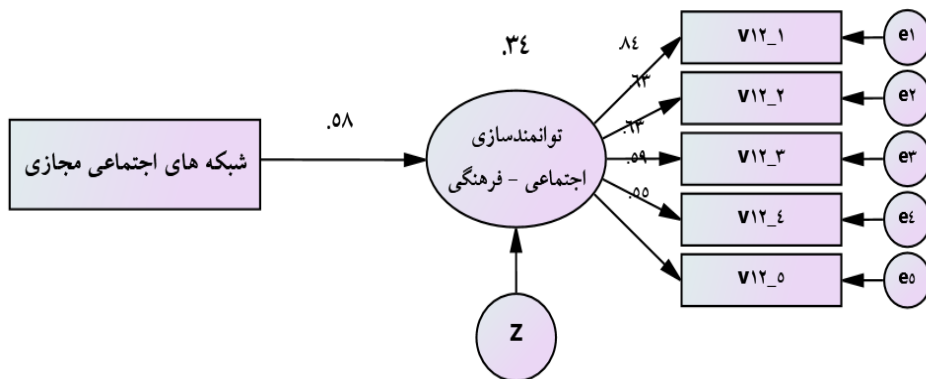
جدول ۴- برآورد مقادیر اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی زنان

P. Value	نسبت بحرانی	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	مسیر	متغیر مستقل
		استاندارد	غیراستاندارد				
۰/۰۰۱	۶/۸۲	۰/۵۴	۰/۴۳	۰/۲۹	توانمندسازی اقتصادی	<---	شبکه‌های اجتماعی مجازی

مقادیر برآورد شده در جدول بالا نشان دهنده این است: الف. ضریب تعیین برابر با ($R^2 = 0/29$) است. به بیان دیگر ۲۹ درصد از تغییرات متغیر توانمندسازی اقتصادی زنان بر حسب متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ برآورد می‌شود. ب. مقدار ضریب تأثیر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی زنان برابر ($Beta = 0/54$) به دست آمد که در سطح ($P < 0/01$) معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر وجود اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی زنان پذیرفته می‌شود. مقدار ضریب بیانگر تأثیر مستقیم و بالای متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اقتصادی زنان است. به این معنا که افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد بالایی می‌تواند منجر به افزایش توانمندسازی اقتصادی زنان در جامعه آماری پژوهش گردد.

فرضیه ۲. شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان شهر باغملک نقش داشته است.

به منظور آزمون فرضیه بالا از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس محور استفاده گردید، برآوردها مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و همچنین پارامتر اصلی این مدل (اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان) در شکل و جداول زیر گزارش می‌شود:



شکل ۴- مدل معادله ساختاری اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان

جدول ۵- برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

هَـلْـتَـر	برازش مقصد			برازش تطبیقی			برازش مطلق		شاخص
	RMSEA	CMIN/DF	DF	PCFI	CFI	TLI	GFI	CMIN	
۲۹۷	۰/۰۷	۱۷/۱۲	۹	۰/۵۸	۰/۹۷	۰/۹۶	۰/۹۷	۱۷/۱۲	مقدار

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۶- برآورد مقادیر اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اجتماعی -

فرهنگی زنان

P. Value	نسبت بحرانی	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	مسیر	متغیر مستقل
		استاندارد	غیراستاندارد				
۰/۰۰۱	۸/۳۵	۰/۶۰	۰/۵۸	۰/۳۴	توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی	<---	شبکه‌های اجتماعی مجازی

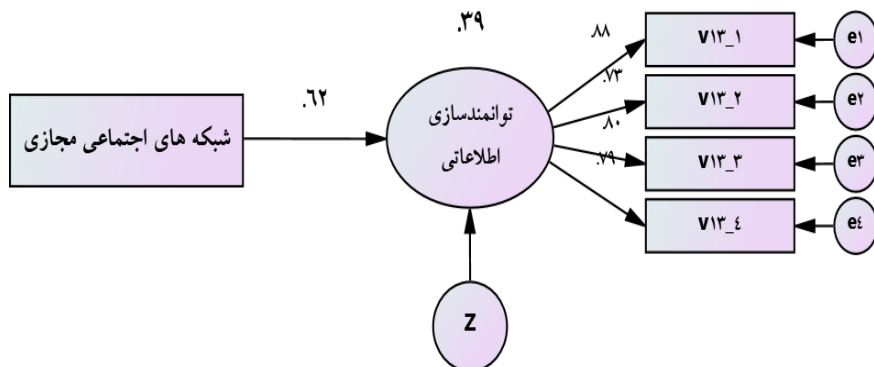
مقادیر برآورد شده در جدول بالا نشان دهنده این است: الف. ضریب تعیین برابر با ($R^2 = 0/34$) است. به بیان دیگر ۳۴ درصد از تغییرات متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان بر حسب متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ برآورد می‌شود. ب. مقدار ضریب تأثیر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان برابر ($Beta = 0/54$) به دست آمد که در سطح ($P < 0/01$) معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر وجود اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان پذیرفته می‌شود. مقدار ضریب بیانگر تأثیر مستقیم و بالای متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان است. به این معنا که افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد بالایی می‌تواند منجر به افزایش توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی زنان در جامعه آماری پژوهش گردد.

فرضیه ۳. شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی اطلاعاتی زنان شهر باغملک نقش

داشته است.

به منظور آزمون فرضیه بالا از رویکرد مدل‌سازی معادله ساختاری کوواریانس محور استفاده گردید، برآوردها مربوط به برازش کلیت مدل معادله ساختاری و همچنین پارامتر اصلی این مدل

(اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اطلاعاتی زنان) در شکل و جداول زیر گزارش می‌شود:



شکل ۵- مدل معادله ساختاری اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اطلاعاتی زنان

جدول ۷- برآورد مقادیر شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری

هَلتَر	برازش مقتصد			برازش تطبیقی			برازش مطلق		شاخص
	RMSEA	CMIN/DF	DF	PCFI	CFI	TLI	GFI	CMIN	
۲۶۲	۰/۰۶	۳/۱۳	۵	۰/۵۷	۰/۹۴	۰/۹۰	۰/۹۴	۱۵/۶۵	مقدار

شاخص‌های ارزیابی کلیت مدل معادله ساختاری با توجه به دامنه مطلوب این شاخص‌ها در مجموع بیانگر این است که مدل مفروض تدوین شده توسط داده‌های پژوهش حمایت می‌شوند، به عبارت دیگر برازش داده‌ها به مدل برقرار و همگی شاخص‌ها دلالت بر مطلوبیت مدل معادله ساختاری دارند.

جدول ۸- برآورد مقادیر اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اطلاعاتی زنان

P. Value	نسبت بحرانی	برآورد		ضریب تعیین	متغیر وابسته	مسیر	متغیر مستقل
		استاندارد	غیراستاندارد				
۰/۰۰۱	۹/۷۴	۰/۶۲	۰/۶۹	۰/۳۹	توانمندسازی اطلاعاتی	<---	شبکه‌های اجتماعی مجازی

مقادیر برآورد شده در جدول بالا نشان دهنده این است: الف. ضریب تعیین برابر با ($R^2 = 0/39$) است. به بیان دیگر ۳۹ درصد از تغییرات متغیر توانمندسازی اطلاعاتی زنان بر حسب متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی قابل تبیین است. با توجه به مقادیر مربوط به حجم اثر شاخص ضریب تعیین این مقدار بزرگ برآورد می‌شود. ب. مقدار ضریب تأثیر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اطلاعاتی زنان برابر ($Beta = 0/69$) به دست آمد که در سطح ($P < 0/01$) معنادار است. بنابراین فرضیه پژوهش مبنی بر وجود اثر متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اطلاعاتی زنان پذیرفته می‌شود. مقدار ضریب بیانگر تأثیر مستقیم و بالای متغیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر توانمندسازی اطلاعاتی زنان است. به این معنا که افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد بالایی می‌تواند منجر به افزایش توانمندسازی اطلاعاتی زنان در جامعه آماری پژوهش گردد.

در ادامه به منظور رتبه‌بندی آیتم‌های مربوط به هر یک از متغیرهای پژوهش از آزمون فریدمن استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جداول زیر گزارش می‌شود:

جدول ۹- برآورد آزمون فریدمن جهت رتبه‌بندی آیتم‌های مربوط به متغیرهای پژوهش

متغیر	آیتم	میانگین رتبه	رتبه	Chi Square	Df	Sig
توانمندسازی اقتصادی	بهبود فعالیت‌های اقتصادی	۳/۱۰	۲	۲۲/۳۷	۴	۰/۰۰۱
	سرمایه‌گذاری سودآور	۲/۹۶	۴			
	خرید مایحتاج خانوار	۳/۰۱	۳			
	ارتقاء روحیه کارآفرینی	۳/۲۵	۱			
	بازاریابی	۲/۶۹	۵			
توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی	بهبود وضعیت تحصیل فرزندان	۳/۰۳	۳	۱۰/۸۱	۴	۰/۰۲۱
	افزایش میزان مشارکت تربیت فرزندان	۲/۹۲	۴			
	حفظ و تقویت آداب و رسوم	۳/۰۸	۲			
	بهبود نظرات و ایده‌ها	۳/۱۳	۱			
	اطلاعات هواشناسی	۲/۶۰	۳			
توانمندسازی اطلاعاتی	اخبار و حوادث	۳/۱۸	۱	۲۶/۲۰	۳	۰/۰۰۱
	خدمات حمل و نقل	۳/۰۸	۲			
	خدمات عمومی	۲/۴۵	۴			

برآوردهای مربوط به آزمون فریدمن در جدول بالا بیانگر این است که:

- توانمندسازی اقتصادی: در رابطه با این متغیر ارتقاء روحیه کارآفرینی در رتبه اول، بهبود فعالیت‌های اقتصادی رتبه دوم، خرید مایحتاج خانوار در رتبه سوم، سرمایه‌گذاری سودآور در رتبه چهارم و بازاریابی در رتبه پنجم قرار دارد.
- توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی: در ارتباط با این متغیر بهبود نظرات و ایده‌ها در رتبه اول، حفظ و تقویت آداب و رسوم در رتبه دوم، بهبود وضعیت تحصیلی فرزندان در رتبه سوم، افزایش میزان مشارکت در رتبه چهارم و تربیت فرزندان در رتبه پنجم است.
- توانمندسازی اطلاعاتی: در خصوص این متغیر اخبار و حوادث در رتبه اول، خدمات حمل و نقل در رتبه دوم، اطلاعات هواشناسی در رتبه سوم و خدمات عمومی در رتبه چهارم قرار دارد.

فرضیه‌های جانبی

فرضیه: بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ میانگین متغیر توانمندسازی اقتصادی تفاوت وجود دارد.

به منظور بررسی فرضیه بالا از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۱۰- آزمون تحلیل واریانس توانمندسازی اقتصادی بر حسب تحصیلات

متغیرها	تحصیلات	میانگین	انحراف معیار	F	Sig
توانمندسازی اقتصادی	زیردیپلم	۳/۲۳	۰/۳۹	۷/۷۹	۰/۰۰۱
	دیپلم	۳/۴۶	۰/۳۷		
	فوق دیپلم	۳/۵۰	۰/۳۴		
	لیسانس و بالاتر	۳/۶۴	۰/۳۷		

برآورد آزمون تحلیل واریانس بیانگر این است:

مقدار F محاسبه شده برابر ۷/۷۹ و دارای سطح معناداری ($P = ۰/۰۰۱$) است. بنابراین این نتایج نشان داد که میانگین نمرات متغیر توانمندسازی اقتصادی در بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ آماری دارای تفاوت معنادار است. در نتیجه فرضیه پژوهش مبنی بر وجود تفاوت بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ میانگین متغیر توانمندسازی اقتصادی پذیرفته می‌شود. با توجه به تأیید فرضیه

پژوهش، بنابراین به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌های تحصیلی و مقایسه زوجی این گروه‌ها با هم از آزمون تعقیبی «شفه^۱» استفاده شد که نتایج آن در جدول زیر گزارش شده است:

جدول ۱۱- مقایسه میانگین گروه‌های سنی بر حسب متغیر توانمندسازی اقتصادی

متغیر	گروه‌های سنی	تفاوت میانگین	سطح معناداری
توانمندسازی اقتصادی	زیردیپلم	دیپلم	۰/۰۲۹
		فوق دیپلم	۰/۰۱۶
		لیسانس و بالاتر	۰/۰۰۱
	دیپلم	فوق دیپلم	۰/۰۴۰
		لیسانس و بالاتر	۰/۰۹۴۰
		لیسانس و بالاتر	۰/۰۳۵
فوق دیپلم	لیسانس و بالاتر	۰/۰۱۴	۰/۰۴۳

مقادیر مربوط به برآورد آزمون شفیه در جدول بالا نشان دهنده این است: ۱. میانگین متغیر توانمندسازی اقتصادی در بین افراد دارای تحصیلات زیردیپلم به طور معناداری پایین‌تر از گروه‌های تحصیلی دیگر است. ۲. میانگین این متغیر بین افراد دارای تحصیلات دیپلم و فوق دیپلم زیر به طور معناداری پایین‌تر از افراد دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر برآورد شده است.

فرضیه: بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ میانگین متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی تفاوت وجود دارد.

به منظور بررسی فرضیه بالا از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۱۲- آزمون تحلیل واریانس توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی بر حسب تحصیلات

متغیرها	تحصیلات	میانگین	انحراف معیار	F	Sig
توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی	زیردیپلم	۳/۱۰	۰/۴۸	۵/۶۸	۰/۰۰۱
	دیپلم	۳/۴۸	۰/۵۳		
	فوق دیپلم	۳/۶۱	۰/۵۲		
	لیسانس و بالاتر	۳/۷۴	۰/۵۳		

برآورد آزمون تحلیل واریانس بیانگر این است:

مقدار F محاسبه شده برابر ۵/۶۸ و دارای سطح معناداری $(P = ۰/۰۰۱)$ است. بنابراین این نتایج نشان داد که میانگین نمرات متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی در بین گروه‌های

¹ Scheffe

تحصیلی به لحاظ آماری دارای تفاوت معنادار است. در نتیجه فرضیه تحقیق مبنی بر وجود تفاوت بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ میانگین متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی پذیرفته می‌شود. با توجه به تأیید فرضیه پژوهش، بنابراین به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌های تحصیلی و مقایسه زوجی این گروه‌ها با هم از آزمون تعقیبی «شفه» استفاده شد که نتایج آن در جدول زیر گزارش شده است:

جدول ۱۳- مقایسه میانگین گروه‌های سنی بر حسب متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی

سطح معناداری	تفاوت میانگین	گروه‌های سنی		متغیر
۰/۰۰۷	-۰/۳۸	دیپلم	زیردیپلم	توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی
۰/۰۱۰	-۰/۵۱	فوق دیپلم		
۰/۰۰۶	-۰/۶۴	لیسانس و بالاتر		
۰/۰۶۵	-۰/۱۳	فوق دیپلم	دیپلم	
۰/۰۱۸	-۰/۲۶	لیسانس و بالاتر	فوق دیپلم	
۰/۰۷۲	-۰/۱۳	لیسانس و بالاتر		

مقادیر مربوط به برآورد آزمون شفه در جدول بالا نشان دهنده این است: ۱. میانگین متغیر توانمندسازی اجتماعی - فرهنگی در بین افراد دارای تحصیلات زیردیپلم به طور معناداری پایین‌تر از گروه‌های تحصیلی دیگر است. ۲. میانگین این متغیر در بین افراد دارای تحصیلات دیپلم نیز به طور معناداری پایین‌تر از افراد دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر است.

فرضیه: بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ میانگین متغیر توانمندسازی اطلاعاتی تفاوت وجود دارد.

به منظور بررسی فرضیه بالا از آزمون تحلیل واریانس یک‌راهه استفاده گردید، برآوردهای مربوط به این آزمون در جدول زیر گزارش شده است.

جدول ۱۴- آزمون تحلیل واریانس توانمندسازی اطلاعاتی بر حسب تحصیلات

متغیرها	تحصیلات	میانگین	انحراف معیار	F	Sig
توانمندسازی اطلاعاتی	زیردیپلم	۳/۲۸	۰/۵۷	۱۱/۰۷	۰/۰۰۱
	دیپلم	۳/۵۶	۰/۵۴		
	فوق دیپلم	۳/۸۰	۰/۷۵		
	لیسانس و بالاتر	۴/۰۷	۰/۷۲		

برآورد آزمون تحلیل وایانس بیانگر این است:

مقدار F محاسبه شده برابر $۱۱/۰۷$ و دارای سطح معناداری $(P = ۰/۰۰۱)$ است. بنابراین این نتایج نشان داد که میانگین نمرات متغیر توانمندسازی اطلاعاتی در بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ آماری دارای تفاوت معنادار است. در نتیجه فرضیه تحقیق مبنی بر وجود تفاوت بین گروه‌های تحصیلی به لحاظ میانگین متغیر توانمندسازی اطلاعاتی پذیرفته می‌شود. با توجه به تأیید فرضیه پژوهش، بنابراین به منظور تعیین تفاوت بین گروه‌های تحصیلی و مقایسه زوجی این گروه‌ها با هم از آزمون تعقیبی «شفه» استفاده شد که نتایج آن در جدول زیر گزارش شده است:

جدول ۱۵- مقایسه میانگین گروه‌های سنی بر حسب متغیر توانمندسازی اطلاعاتی

متغیر	گروه‌های سنی		تفاوت میانگین	سطح معناداری
توانمندسازی اطلاعاتی	زیردیپلم	دیپلم	-۰/۲۸	۰/۱۷۸
		فوق دیپلم	-۰/۵۲	۰/۰۰۵
		لیسانس و بالاتر	-۰/۷۹	۰/۰۰۱
	دیپلم	فوق دیپلم	-۰/۲۳	۰/۰۳۸
		لیسانس و بالاتر	-۰/۵۰	۰/۰۰۱
		فوق دیپلم	-۰/۲۷	۰/۰۳۶

مقادیر مربوط به برآورد آزمون شفه در جدول بالا نشان دهنده این است: ۱. میانگین متغیر توانمندسازی اطلاعاتی در بین افراد دارای تحصیلات زیردیپلم و دیپلم به طور معناداری پایین‌تر از افراد دارای تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس است. ۲. میانگین متغیر توانمندسازی اطلاعاتی در بین افراد دارای تحصیلات فوق دیپلم به طور معناداری پایین‌تر از افراد دارای تحصیلات لیسانس و بالاتر برآورد شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از مردم و به‌ویژه زنان تبدیل شده‌اند. این شبکه‌های می‌تواند واجد کارکردهای متفاوتی برای زنان باشد؛ مانند ارتباطات، اشتغال، تحصیل، تفریح و سرگرمی، و تسهیل امور مرتبط با زندگی شخصی و عمومی. درواقع زنان با وارد شدن به شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل دیگری از حضور در اجتماع مدرن امروزی را تجربه می‌کنند. شتاب اعجاب‌آور و رشد تصاعدی و همه‌گیری شبکه‌های اجتماعی مجازی لزوم تحقیق در آثار و پیامدهای اجتماعی آن را نشان می‌دهد که در مورد زنان مسئله قدری عمیق‌تر است. زنان که به‌طور معمول به دلیل نگاه سنتی حاکم بر نقش زن در جوامع همیشه با

محدودیت‌هایی در تعاملات اجتماعی مواجه بوده‌اند، شکل جدیدی از تعامل با دیگران و کسب هویت اجتماعی را در شبکه‌های اجتماعی مجازی تجربه می‌کنند. به همین منظور و باتوجه به مباحث نظری مطرح شده، این پژوهش در مقام پاسخ به دو سؤال اساسی صورت گرفته است: نخست آنکه نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اطلاع‌رسانی چگونه است؟ و دوم آنکه شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان در کدام یک از ابعاد اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اطلاع‌رسانی نقش تأثیرگذارتری داشته است؟

با توجه به پیشرفت روزافزون فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی، یکی از راه‌ها برای اطلاع از توانمند شدن زنان می‌تواند مطالعه استفاده زنان از فرصت‌های به‌دست‌آمده ناشی از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در جهت منافعشان باشد؛ بنابراین در پژوهش حاضر به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توانمندسازی زنان شهر باغملک پرداخته شد. در این پژوهش توانمندسازی زنان از نظر سه شاخص اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و اطلاع‌رسانی بررسی شد. نتایج این مطالعه حاکی از تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در بالابردن روحیه کارآفرینی؛ بهبود فعالیت‌های اقتصادی؛ خرید مایحتاج خانوار؛ سرمایه‌گذاری‌های سودآور؛ بازاریابی و در مجموع توانمندسازی اقتصادی زنان شهر باغملک است. بهره‌گیری از این شبکه‌ها منجر به تحرک اقتصادی زنان در جامعه و ارتقای پایگاه اقتصادی آن‌ها می‌شود. با استفاده از این شبکه‌ها، آگاهی زنان از توانمندی‌های خود و کارکردهای اقتصادی در جامعه تغییر می‌یابد و زنان جرأت پیدا می‌کنند تا از حاشیه نشینی بیرون آیند و به عنوان تصمیم‌گیرنده، جای خود را در مرکزیت جامعه پیدا کنند.

یکی از مهمترین آثار شبکه‌های اجتماعی مجازی در حوزه اجتماعی- فرهنگی است. در این حوزه، بهره‌گیری زنان شهر باغملک از این شبکه‌ها منجر به بهبود نظرات و ایده‌ها؛ حفظ و تقویت آداب و رسوم؛ بهبود وضعیت تحصیل فرزندان؛ افزایش میزان مشارکت و تربیت بهتر و صحیح‌تر فرزندان خود شده است. زنان بر اثر فشارهای اجتماعی و مشکلاتی که در جامعه تجربه می‌کنند و با استفاده از فرصتی که فضای مجازی جهت حضور و تولید محتوی در اختیارشان قرار می‌دهد، برای بیان احساسات و عقایدشان استفاده می‌نمایند. آن‌ها با افرادی مشابه خود، به تعامل و بحث و گفتگو می‌نشینند و راه حل‌هایی جهت رفع مشکلاتشان ارائه می‌دهند.

بررسی به‌عمل آمده تحقیق نشان می‌دهد که با توجه به محدودیت‌ها ترددی زنان در شهرهای کوچک خصوصاً شهر باغ ملک، شبکه‌های اجتماعی مجازی در آگاهی و اطلاع از اخبار و حوادث روزانه؛ خدمات حمل و نقل؛ اخبار و اطلاعات مربوط به هواشناسی و خدمات عمومی مورد نیاز نقش مؤثری داشته است. این شبکه‌ها باعث افزایش سطح آگاهی و دانش زنان می‌شود. آموزش مجازی با سهولت دسترسی به منابع متعدد، اکثر موانع اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی آموزش واقعی زنان را

برطرف می‌سازد و به عنوان سریع‌ترین و ارزان‌ترین وسیله تبادل اطلاعات، پتانسیل بزرگی را برای کمک به زنان در حل مشکلات فراهم می‌کند.

همچنین باعث عضویت زنان در جامعه اطلاعاتی می‌شود. جامعه اطلاعاتی فرصت‌های بسیار خوبی برای زنان فراهم کرده است. بنابراین، زنان از فرصت‌های پیش‌آمده استقبال می‌کنند و با ارتقای دانش عمومی خود و مشارکت بیشتر در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در جامعه اطلاعاتی، جایگاه واقعی خود را می‌یابند.

در نتیجه‌گیری کلی از یافته‌های این تحقیق می‌توان گفت که در نهایت، افزایش میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد بالایی می‌تواند منجر به افزایش توانمندی اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و اطلاع‌رسانی زنان شهر باغملک گردد. بنابراین افزایش توانمندی زنان در جهت استفاده آگاهانه و فعالانه از محتوای فضای مجازی؛ تغییر دیدگاه فرهنگی جامعه در خصوص اشتغال و مهارت-های فناوری زنان؛ برنامه‌ریزی مناسب جهت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای زنان شهر باغملک؛ آموزش بازاریابی و تبلیغات محصولات تولیدی در بازار با استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ و ارائه آموزش در خصوص تأمین امنیت در فضاهای مجازی، در این راستا ضروری به نظر می‌رسد.

References:

- Adlipour, Samad; Vahid, Ghasemi; Seyed Ahmad, Mirmohammadbar. (2014). The Impact of Facebook Social Network on the Cultural Identity of Youth in Isfahan, Iranian Cultural Research, Seventh Year, Spring 2014, Number 1 (25), 28-1.
- Afshari, Ali-Hashemi & Zohreh-Rezaei, Rasool. (2019). Assessment of Social Health and Self-Esteem in Female Families of Empowered and Disabled Supervisors (Case Study of Welfare Organization), Quarterly Journal of Women and Society, Vol. Third, Autumn, pp. 16-16
- Ahmadniya, Shirin. (2004). the status of women in the information society, Journal of Farzaneh Woman, 1, 8-21.
- Annabestani, Ali Akbar & Somayeh Vaziri. (2011). Analysis of the Social, Economic and Physical Impacts of ICT on Rural Development, Quarterly Journal of Social Sciences, Fourth Year, No. 9, pp. 154-129.
- Ashton, M., Verdery, B., Katherine Faust, R., and Rindfuss, R. (2012). Social and spatial networks: Kinship distance and dwelling unit proximity in rural Thailand, social Networks 34, 112-127.
- Ataei, Pouria & Zamani Miandashti, Nasser. (2017). Psychological Empowerment Levels of Tafihan Women in Shiraz, Quarterly Journal of Women and Society, Vol. 8, No. 1, Spring, pp. 57-76
- Azari, Gholamreza & Taban Omidvar. (2012). Investigating the Role of Virtual Social Networks on Social Capital, Journal of Communication Culture, Volume 2, Number 6, Summer, pp. 209 - 181.
- Bakhshi, Bahar; Bahar Nasiri Ameneh Bakhtiari; Maryam Taherian. (2013). The Role and Function of Social Networks (Case Study of Mamfah Social Network, A

Network for Mothers and Children), Journal of Gynecology, Humanities and Cultural Studies Research Institute, No.4 Second, Autumn and Winter, pp. 37-59.

–Barat Dastjerdi, N., and Sayadi, S. (2013). Relationship between using social networks and Internet addiction and depression among students, Journal of Research in Behavioral Sciences, 2013; 10(5): 332-341.

–Boyd, D. M., and Ellison, N. B. (2007). Social network sites: definition, history, and scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1): 210-230.

–Castells, M. (2001). The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society, Oxford: Oxford University Press.

–Castells, M. (2005). The Geography of the Internet Industry: Venture Capital, Dot-Coms, and Local Knowledge; Oxford: Blackwell.

–CharmchianLangroodi, Mehdi; Ali Beigi, Amir Hossein. (2016). Investigating the Factors Affecting the Psychological Empowerment of Rural Women, Quarterly Journal of Women and Society, Volume I, Spring 2013, pp. 192- 165.

–Chidi, U. (2018). The Role of Social Media in Community Development in Nigeria: The Owe Unity Forum (Oaf) Model, IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), Volume 23, Issue 5, Ver. 8 (May. 2018) PP 34-43, e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845.

–Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital, American Journal of Sociology, Volume 94, PP: 95-120

–Fukuyama, F. (2000). Social Capital and Civil Society, IMF Working Paper Wp/00/74, April.

–Golmakianorcid, N., Ghorbani orcid, F., and Taghi Shakeri, M. (2018). The Relationship between virtual social networks usage and gender role attitude in university students of Iran, Journal of Midwifery & Reproductive health (JMRH), Article 9, Volume 6, Issue 3, July 2018, Page 1367-1374.

–Grasmuck, S. (2009). Facebook & Identity, Journal of Computer-Mediated Communication, 15, pp. 158-188.

–Hafez Nia, Mohamadreza. (2010). Introduction to Research in Humanities, Tehran: Ghost Publications, 17th Edition.

–Hamelink S. J. (1999). Human Development in M.Tawfik (chief editir) Word Communication and Information Report 1999-2000 Unesco . pp23-45.

–Hemmati, Esa. (2016). Measuring Citizens' Satisfaction with Urban Parks and Green Areas, MA Thesis in Geography and Urban Planning, Supervisor: Masoud Safaeipour, Ahvaz, Shahid Chamran University of Ahvaz.

–Jackson, M. A. (2010). Empowering Women of Nepal: An Experience of Empowerment in the Land of the Himalaya, M.A Thesis, Prescott College in Adventure Education.

–Jain, D., and Jain, B. (2012). Does microfinance empower rural women? An empirical study in Udaipur district, Rajasthan, Journal of Arts, Science & Commerce, 1, Pp. 7689.

–Jalali, Ali Akbar. (2005). Information Technology and its Applications in Public Relations, First International Public Relations Conference in Iran, Tehran: Public Relations Agent, pp. 103-93.

- Kara, E.H. (2007). *New Society*, Translator: Mohsen Salei, Tehran: Amir Kabir.
- Katabi, Mahmood, Yazdkhasti, Behjat; Farrokhi Rastaei, Zahra. (2003). Empowering Women to Participate in Development, *Women's Research*, Volume 1, Volume 3, Number 7, pp. 17-13.
- Kia, Ali Asghar; Nouri Moradabadi, Younes. (2012). Factors Related to Students' Attitude to Facebook Social Network (Comparative Study of Iranian and American Students), *Journal of Cultural-Communication Studies*, Spring 2012, Volume 13, Number 17, Machine 49, Pp. 212 - 181.
- Lenhart, A., and Madden, M. (2007). *Teens, Privacy & Online Social Networks*, Pew Internet & American Life Project, Wordpress, Com/ 2013/4/11.
- Liu, Y., lib, Z., and Britung, W. (2012). The social network of new-generation migrants in China s urbanized villages: A case study of Guangzhou, *Habitat International*, 36, pp. 192-200.
- Madanipour, Nadiya. (2006). Take a look at women's employment, *Woman Message Monthly*, 173, 48-61.
- Moein, Mohammad. (1992). *Persian Culture*. Tehran: Amir Kabir.
- Mohammadpour, Ahmad. (2006). *Networking Society: The Social Dimensions of New Media*, *World Media Journal* (University of Tehran Electronic Journals Database, www.globalmediajournal.com).
- Mollai Noushahr, Hossein. (2014). Investigating the Role of Virtual Networks in Different Dimensions of Satisfaction from the Viewpoints of Internet Users in Tehran, *Media Studies*, Ninth Year, No. 24, Spring, pp. 87-76.
- Naderi Mehdi, Karim & Wahdat moadab, Hajar. (2018). Investigating the Impact of Social Capital Components on Empowering Women with Domestic Jobs (Case Study: Razan County), *Journal of Women in Development and Politics*, Volume 16, Number 2, pp. 196- 175.
- Neil Anthony, W., Esbern, F.H., Stig Toft, M., Steen, F., Henrik, N., Marianne Nylandsted , L., and Sanne, Ch. (2004). *Farmer empowerment: Experiences, lessons learned and ways forward*, Danish Institute of International Studies, [On line] Available on: <http://www.neuchatelinitiative.net/english/FarmerEmpowermentexperienceslessolearnedandwaysf>.
- Pelling, E.L., White, K.M. (2009). The theory of planned behavior applied to young people's use of social networking web sites, *Cyber Psychology & Behavior*, 2009; 12(6): 755-759.
- Praprotnik, T. (2004). *How to Understand Identity in Anonymous, Communication?*, Available in: www.hsd.hr/revija/pdf/1-2-2004/01_praprotnik.pdf.
- Rasoolzadeh Aghdam, Samad; Samad Adlipour; Hakimeh Malek Ahmadi. (2014). Phenomenological Analysis of the Tabriz Women's Attitude to Facebook Social Network, *Sociological Studies*, Volume 6, Issue 24, Fall 2014, pp. 66-51.
- Schumacker, R., and Lomax, R. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*, New Jersey: Mahwan.
- Shahriari, Umalbanin. (2008). *Investigating the Empowerment of Rural Women in Sistan and Baluchistan and Their Impact on Entrepreneurship*. Master thesis.

–Shakoe, Hossein. (1996). *New Thoughts in the Philosophy of Geography*, Volume I, Geology Publishing.

–Shava, H., and Chinyamurindi, W. (2018). Determinants of social media usage among a sample of rural South African youth, *South African Journal of Information Management*, ISSN: (Online) 1560-683X, (Print) 2078-1865, Pp.1-8

–Sohrabi, Babak; Iman Raesi Wanani; Marzieh Talebian. (2016). A Model for Analyzing the Behavior of Social Network Users Using Data Mining: A Social Network in Iran, *Organizational Resource Management Research*, Volume 6, Number 4, Winter 2016, Pp. 106-83.

–Sohrabzadeh, Mehran; Nizavi, Mohsen; nejadi, Azam; Afra, Hadi. (2019). Virtual Social Networks and the Formation of Women's Mental Image, *Quarterly Journal of Women and Society*, Volume 10, Issue 2, Summer, Pp. 217-240

–Tiffany A. Pempek Yevdokiya A.Yermolayeva Sandra L. Calvert. (2009). College students' social networking experiences on Facebook, *Journal of Applied Developmental Psychology*, 30: 227–238, <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.12.010>.

–Whittaker, J. (2002). *The internet: the Basics*, New York: Routledg.

–Willam, F.P, 2009. “Social networking sites: How to stau Safe Sites”, *Multi- State Information Sharing & Anaiysis Center (MS-ISAC)*, 612:Pp. 1-5.

–Zakaei, Mohammad Saeed. (2007). *Sociology of Iranian Youth*, Tehran: Ag Publishing.