

بسمه تعالی

توانمند سازی زنان: بررسی تاثیر رسانه جمعی بر توانمندسازی

زنان شهر تهران

نویسندگان: حبیب صبوری، خسرو شاهی، فاطمه واقف

انتشارات بادبادک

سال ۱۳۹۶

چکیده

امروزه زنان به عنوان نیمی از شهروندان و کسانی که در فرهنگ سازمانی جامعه نقش عمده ای دارند، مورد توجه ویژه قرار گرفته اند و لازم است جهت نیل به توسعه پایدار به توانمندسازی آن ها توجه خاص مبذول شود. توانمندسازی زنان شامل ابعاد توانمندسازی روانشناختی، توانمندسازی اقتصادی، توانمندی بر حسب عاملیت و توانمندسازی جسمی است. در این تحقیق، پژوهشگر می کوشد تا نقش رسانه ها و فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی را در توانمندسازی زنان در عرصه های اقتصادی و روانشناختی را مورد بررسی قرار دهد. تحقیق پیش رو از نوع توصیفی و تبیینی است و جهت گردآوری داده ها از شیوه پیمایش (پرسشنامه محقق ساخته با آلفای کرونباخ ۰/۸۶۶) استفاده گردیده است. جامعه آماری پژوهش پیش رو شامل تمام زنان شهر تهران می باشد، که با توجه به جدول مورگان تعداد ۲۴۰ نفر نمونه به صورت طبقه ای انتخاب شده اند. داده ها نیز با استفاده از نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل گشته اند.

بیان مسئله

سخن گفتن از رابطه میان مقوله رسانه و مسئله زنان و خانواده از ابعاد متفاوتی می تواند دارای ضرورت و اهمیت باشد. رسانه های اجتماعی می توانند یک وسیله نیرومند برای توانمندسازی زنان باشند. رسانه ها نقش عمده ای در تغییرات فرهنگی، اجتماعی شدن، هویت بخشی، آگاه سازی اعضای جامعه و ... ایفا می کنند.

فراهم آوردن زمینه های توانمندسازی زنان در تولید بیشتر (نقش اقتصادی) به معنای توانمندسازی آن ها برای خوداتکایی، تجهیز منابع و عاملیت تغییر نیست. گرچه افزایش مشارکت بیشتر زنان در حوزه اقتصادی شرط لازم برای توانمندسازی است ولی کافی نیست. توانمندسازی زنان نیازمند نگاهی عمیق تر و برخوردی

همه جانبه تر است، به ویژه آنکه جمعیت زنان، یک گروه همگن و واحد نیستند. زنان جمعیتی هستند که در میان آن ها گروه های متعددی مانند زنان فقیر، اقلیت های قومی، سرپرست خانواد و ... وجود دارد. لذا ضرورت بررسی ابعاد توانمندسازی روانشناختی نیز مورد توجه است.

حال سوال اساسی این است که آیا استفاده از رسانه های جمعی (برنامه های شبکه داخلی بر توانمندسازی زنان موثر می باشد؟

اهمیت و ضرورت تحقیق

توانمندسازی زنان از جمله مولفه ای مهم در توسعه پایدار است. زنان قربانیان اصلی در مواردی چون فقر، خشونت، عدم برخورداری از تغذیه و بهداشت مناسب هستند، از این رو توجه به بهبود موقعیت زنان، نفع همگانی را در بر دارد.

هدف رویکرد توانمندی زنان، خوداتکایی بیشتر و تقویت درونی آن هاست. رویکرد توانمندسازی، زنان را صرفا آسیب پذیر، فقیر و نیازمند حمایت نمی بیند، بلکه با هدف کسب آگاهی و درک رابطه جنسیت و قدرت، تاکید بر احساس «با ارزش بودن» و به دست آوردن توانایی برای استفاده از حق انتخاب، کنترل زنان بر زندگی می نماید.

کسب مهارت برای سازماندهی و تحت تاثیر قرار دادن تغییرات اجتماعی و برقراری یک نظم عادلانه اجتماعی و اقتصادی از اجزا اصلی فرایند توانمندی است. بر اساس تعریف توانمندسازی، این مفهوم می تواند ابعاد گوناگون اقتصادی، سیاسی، روانی، اجتماعی، حقوقی و فرهنگی داشته باشد. لذا مطالعه حاضر در نظر دارد، نقش رسانه ها و فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی خصوصا تلویزیون را در توانمندسازی زنان در عرصه های اقتصادی و روانشناختی، مورد بررسی قرار دهد.

فرضیات تحقیق

فرضیه اصلی

استفاده از رسانه های جمعی بر توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان موثر می باشد.

فرضیه های فرعی تحقیق

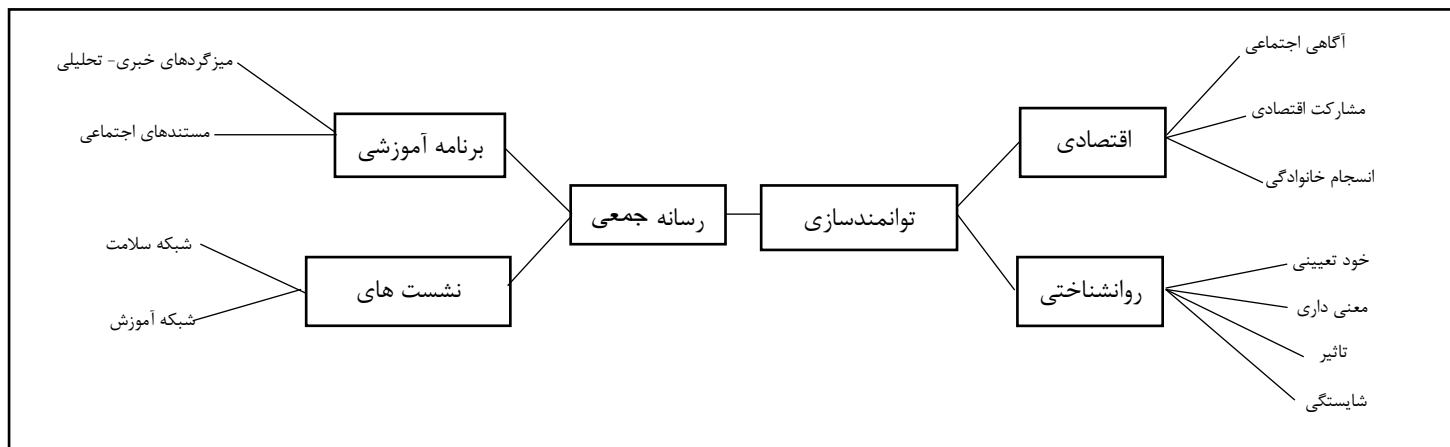
تماشای نشست های خبری و تحلیلی بر توانمندسازی روانشناختی زنان تاثیر دارد.

تماشای نشست های خبری و تحلیلی بر توانمندسازی اقتصادی زنان تاثیر دارد.

تماشای برنامه های آموزشی بر توانمندسازی روانشناختی زنان تاثیر دارد.

تماشای برنامه های آموزشی بر توانمندسازی اقتصادی زنان تاثیر دارد.

مدل تحقیق



تعریف واژه های کلیدی

توانمندسازی

توانمندسازی، از آموزش و پرورش و مراقبت های بهداشتی تا سیاست های حکومتی و اقتصادی را شامل می شود، فعالیت هایی به دنبال توانمندسازی مردم فقیر و اقشار آسیب پذیر است که افزایش فرصت های توسعه، بهبود نتایج توسعه و بهبود کیفیت زندگی مردم را در بر می گیرد (بانک جهانی^۱، ۲۰۰۲).

توانمندسازی

به این معناست که آن ها بر شرم بی مورد خود فائق آیند، کردار و گفتارشان پر از اعتماد به نفس و اطمینان خاطر باشد، قادر به ارزیابی صحیح و شناخت واقعی خویش باشند، به استعدادها و محدودیت های درونی خویش آگاه باشند، از توانایی و قابلیت نیل به هدف های خویش برخوردار باشند و بتوانند با افزایش توانمندی خویش به هدف های مورد نظر برسند.

شاخص های توانمندسازی روانشناختی در تحقیق حاضر: خودتعیینی، شایستگی، معنی داری، تاثیر و اعتماد.

توانمندسازی

به عنوان فرایندی چند بعدی و به هم پیوسته تغییر در روابط قدرت تعریف شده است که قادر است با گسترش انتخاب های فرد در زندگی مولفه های روانشناختی زنان، سلامتی و بهداشت زنان و خانواده های آنان، مولفه های اجتماعی- فرهنگی زنان و کنترل آنان بر منابع را بهبود می بخشد.

شاخص های توانمندسازی اقتصادی در تحقیق حاضر: این مفهوم با سه شاخص مشارکت اقتصادی، انسجام خانوادگی و آگاهی اجتماعی سنجیده می شود.

توانمندسازی زنان

توانمندسازی به تدارک و تسلط بیشتر بر منابع و کسب منافع برای زنان اطلاق می شود و همچون مفهوم کلی توانمندسازی به معنای مقابله با وضعیت بی قدرتی زنان است.

رسانه های جمعی

رسانه های جمعی عبارت است از مجموعه ای از وسایل ارتباطی که عموماً با ارتباطی یک سویه به دنبال جمعی از مخاطبان هستند. رسانه های دیداری و شنیداری و چاپی مثل تلویزیون، رادیو و روزنامه، از جمله مهم ترین رسانه های جمعی هستند.

قدرت

قدرت یک نوع تفکر است که بر روابط معینی پایه ریزی شده است. قدرت در درون بافت روابط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی و در میان افراد و گروه ها شکل می گیرد، توسعه و تکامل می یابد و اعمال می شود.

روش تحقیق

در این تحقیق بنابر ماهیت موضوع، از روش کمی، روش پیمایش^۱ (تکنیک پرسشنامه) استفاده کرده ایم. تحقیق پیمایشی عبارت است از اجرای پرسشنامه ها روی نمونه ای از پاسخگویانی که از میان جمعیتی انتخاب می شوند (بی، ۱۳۹۱، ۵۷۴).

مطالعات نظری

پیشینه تحقیق

تحقیقات انجام شده در ایران

عنوان	سال	نام محقق
پیش شرط ها و موانع توانمندسازی زنان: مطالعه موردی زنان شهر اصفهان	۱۳۸۳	کتابی و دیگران
عوامل موثر بر توانمندسازی زنان	۱۳۸۳	محمود کتابی و همکاران
سنجش احساس امنیت زنان مبتنی به عوامل چندبعدی و میان رشته ای در شهر مشهد	۱۳۸۹	احمدی
سنجش تاثیر آموزش شهروندی بر توانمندسازی زنان (مطالعه موردی: منطقه ۶ شهرداری تهران)	۱۳۹۴	مریم نجار نهبانندی و معصومه آبخوش
مطالعه تطبیقی میزان احساس امنیت اجتماعی زنان و مردان ساکن شهر یزد	۱۳۹۱	زرافشانی و ذاکری ماهانه

مطالعات انجام شده در خارج از کشور

عنوان	سال	نام محقق
جنسیت و توانمندسازی اقتصادی در آفریقا	۲۰۰۷	فروم
اندازه گیری توانمندسازی اجتماعی کشاورزان در هند	۲۰۱۱	آبراهام
توانمندسازی روانشناختی در محیط کارکنان سطح متوسط سازمان صنعتی آمریکا: ابعاد، اندازه گیری و اعتبار	۱۹۹۵	اسپریتز

مبانی نظری

نظریه ساختاریابی گیدنز

از نظر گیدنز، تقسیم بندی اساسی در جامعه شناسی و نظریه اجتماعی همان است که میان دو رویکرد به

تحلیل اجتماعی وجود دارد: رویکرد عامل محور و ساختار محور.

نظریه توانمندسازی نایلاکبیر

کبیر معتقد است که توانمندسازی به پیشرفت توانایی افراد در اتخاذ تصمیمات راهبردی زندگی اطلاق می شود، در حالی که همین افراد در گذشته از داشتن این توانایی محروم بوده اند. از نظر او توانمندسازی شامل سه بعد منابع، عاملیت و دستاوردهاست.

نظریه تواناسازی سارالانگه¹

سارالانگه، یکی از نظریه پردازان در امور زنان، که معتقد است برای توانمندسازی زنان باید پنج مرحله را که به ترتیب شامل رفاه، دسترسی، آگاهی، مشارکت و کنترل می باشد، طی کرد.

نظریات قشربندی جنسیتی

مطابق استدلال های ساخت گرایان، تفاوت های ناشی از جنسیت و رفتارهای قالبی نقش جنسی، ابزاری برای تداوم تفاوت قدرت میان زنان و مردان است. از نظر راندال کالینز، دو دسته از عوامل، یعنی یکی سازمان های اجتماعی و دیگری موقعیت نابرابر در بازار کار، بر مساوی نبودن توانایی های زنان و مردان بسیار تاثیرگذار هستند.

نظریه توانمندسازی

محور اصلی این نظریه تغییر ساختار و شرایطی است که نا برابری را به زنان تحمیل می کند. از نظر طرفداران این نظریه، برآورده ساختن نیازهای اساسی از حقوق اولیه تمام افراد است و هر فردی باید امکان

آن را داشته باشد که از تمام توانایی ها و خلاقیت های خود استفاده کند. به طور کلی روش های توانمندسازی زنان از دو طریق میسر می شود: ۱) حذف عواملی که مانع فعالیت زنان می شود، ۲) افزایش توانایی و قابلیت ها.

نظریه های فمینیستی

فمینیست ها معتقدند که چون مردان مواضع قدرت را در اختیار دارند، قادرند برای زنان در همه عرصه ها، محدودیت ایجاد کنند و از طرف دیگر، قوانین و سیاست های موجود، مصوبه های قانونی، سخنرانی ها و بیانیه ها نیز کلیشه های فرهنگی این تقسیم کار سنتی را تقویت می کنند و در نهایت تمام این موارد در راستای مشروعیت بخشیدن به توانمند بودن و ماهر نبودن زنان تلاش می کنند (ابوت و والاس، ۱۳۷۶، ۵۷).

نظریه فمینیسم لیبرال

فمینیست های لیبرال موقعیت پایین تر زنان را ناشی از کمتر بودن فرصت ها، فقدان یا اندک بودن میزان آموزش، پرورش و محدودیت های مربوط به محیط خانوادگی می دانند. فمینیست های لیبرال معتقدند که جامعه شایسته باید بیشترین فرصت ها را برای توسعه استعدادهای فردی مهیا کند و این در دسترس همگان باشد.

نظریه برابری جنسیتی

برابری جنسیتی یعنی زنان و مردان شرایط یکسانی برای شناخت حقوق واقعی و پتانسیل خود برای مشارکت در توسعه ملی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارند و هر دو از نتایج سود می برند. هدف از برابری

جنسیتی رشد و تعالی انسان و رهایی از کلیه قید و بندهای بازدارنده تکاملی انسانی است که جدایی و تسلط جنسیتی را در بر دارد (بانک جهانی، ۲۰۰۲).

نظریه سقف شیشه ای

بر اساس این نظریه دو دسته عوامل بر پیشرفت زنان تاثیرگذار هستند؛ دسته اول عوامل سازمانی شامل عوامل انسانی، قوانین، ویژگی های محیط کاری، رویکرد دولتی و تجربه های افراد در جامعه است، ولی دسته دوم این عوامل نگرشی هستند. عوامل نگرشی به نوعی معادل حوزه نظریات پارسونز در نظام فرهنگی مطرح می شوند.

روش شناسی تحقیق یا متدولوژی

روش تحقیق

روش تحقیق حاضر پیمایشی و توصیفی است.

جامعه آماری

جامعه آماری این پژوهش شامل تمام زنان شهر تهران می باشد.

حجم نمونه و روش نمونه گیری

روش نمونه گیری از طریق نمونه گیری تصادفی هدفمند صورت گرفته است و حجم نمونه با توجه به جدول مورگان تعداد ۲۴۰ نفر نمونه انتخاب شده اند.

شیوه های تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش

در بخش توصیفی و آزمون فرضیات تحقیق به بررسی روابط بین متغیرها و محاسبه تاثیرات آن ها با استفاده از آمارهای مقیاس از قبیل میانگین، انحراف معیار و ... و همچنین در قسمت استنباطی از آزمون تی، ضریب همبستگی، تحلیل واریانی و سایر آزمون های آماری استفاده خواهد شد.

چگونگی سنجش اعتبار و پایایی ابزار

روش سنجش اعتبار پرسشنامه با استفاده از روش اعتبار صوری می باشد. روش سنجش پایایی نیز در پرسشنامه محقق ساخت، آلفای کرونباخ می باشد. ضریب آلفای کرونباخ هماهنگی و همسازی درونی را ارزشیابی می کند و نشان می دهد که سوال های آزمون تا چه حد برای اندازه گیری خصیصه های مورد نظر هماهنگی دارد. جدول زیر آلفای کرونباخ مولفه ها و آلفای کرونباخ کل را نشان می دهد که نشان از پایایی بالای پرسشنامه تحقیق حاضر است.

جدول ۱: محاسبه آلفای کرونباخ

مولفه	نمونه	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
خودتعیینی	۲۴۰	۴	۰.۷۴۱
شایستگی	۲۴۰	۶	۰.۷۷۹
معنی داری	۲۴۰	۴	۰.۶۶۴
تاثیر	۲۴۰	۳	۰.۷۱۲
اعتماد	۲۴۰	۳	۰.۶۷۹
مشارکت اقتصادی	۲۴۰	۵	۰.۷۷۱
انسجام خانوادگی	۲۴۰	۸	۰.۷۶۷
آگاهی اجتماعی	۲۴۰	۶	۰.۶۵۵
کل پرسشنامه	۲۴۰	۶۵	۰.۸۶۶

یافته های پژوهش

آزمون های فرضیات پژوهش

فرضیه اصلی: رسانه های جمعی و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان

جدول ۱: آزمون correlations رسانه های جمعی و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان

رسانه های جمعی			متغیر
وجود رابطه	پیرسون		
	تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی
ندارد	۱۹۲	.۶۵۱	.۰۳۳

سطح معنی داری به دست آمده از آزمون سنجش رابطه برابر $۰/۶۵۱$ و بزرگتر از $۰/۰۵$ است، بنابراین فرض صفر تایید می شود، بدین معنا که بین رسانه های جمعی و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان همبستگی معناداری وجود ندارد.

استفاده از نشست های خبری - تحلیلی و توانمندسازی روانشناختی زنان

جدول ۲: Independent Samples نشست های خبری - تحلیلی و توانمندسازی روانشناختی زنان

وجود رابطه	نشست های خبری - تحلیلی					آزمون لوین		توانمندسازی روانشناختی زنان
	آزمون تی					سطح معناداری	F	
	حد پایین فاصله اطمینان	حدبالای فاصله اطمینان	سطح معناداری	درجه آزادی	T	سطح معناداری	F	
دارد	-۸/۷۰۳۸۰	-۲/۴۸۵۸۵	.۰۰۰	۲۰۱	-۳/۵۴۸	.۱۴۳	.۷۰۶	
	-۸/۶۳۶۰۰	-۲/۵۵۳۶۶	.۰۰۰	۱۹۷/۴۵۸	-۳/۶۲۸			

سطح معناداری به دست آمده از آزمون تی گروه های مستقل برابر $0/000$ و کوچک تر از $0/05$ است، بنابراین فرض صفر رد و فرض خلاف تایید می شود، بدین معنا که بین نشست های خبری تحلیلی و توانمندسازی روانشناختی زنان اختلاف معناداری وجود دارد.

استفاده از نشست های خبری - تحلیلی بر توانمندسازی اقتصادی زنان

جدول ۳: Independent Samples Test نشست های خبری - تحلیلی و توانمندسازی اقتصادی زنان

وجود رابطه	نشست های خبری - تحلیلی						متغیر	
	آزمون تی					آزمون لوین		توانمندسازی اقتصادی زنان
	حد پایین فاصله اطمینان	حدبالای فاصله اطمینان	سطح معناداری	درجه آزادی	t	سطح معناداری	F	
دارد	-۶/۵۶۶	-۰.۸۲۴	.۰۱۲	۱۹۶	-۲/۵۳۸	.۳۱۳	۱/۰۲۳	
	-۶/۵۷۲	-۰.۸۱۹	.۰۱۲	۱۷۶/۱۱۰	-۲/۵۳۵			

سطح معناداری به دست آمده از آزمون تی گروه های مستقل برابر $0/012$ و کوچک تر از $0/05$ است، بنابراین فرض صفر رد و فرض خلاف تایید می شود، بدین معنا که بین نشست های خبری - تحلیلی و توانمندسازی اقتصادی زنان اختلاف معناداری وجود دارد.

استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی روانشناختی زنان

جدول ۴: آزمون Correlations استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی روانشناختی زنان

استفاده از برنامه های آموزشی			متغیر
وجود رابطه	پیرسون		
	تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی
ندارد	۲۴۰	.۴۲۲	-.۰۵۷

سطح معنی داری به دست آمده از آزمون سنجش رابطه برابر $۰/۴۲۲$ و بزرگتر از $۰/۰۵$ است، بنابراین فرض صفر تایید می شود، بدین معنا که بین استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی روانشناختی زنان همبستگی معنادارای وجود ندارد.

استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی اقتصادی زنان

جدول ۵: آزمون Correlations استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی اقتصادی زنان

استفاده از برنامه های آموزشی			متغیر
وجود رابطه	پیرسون		
	تعداد	معنی داری	ضریب همبستگی
دارد	۲۰۴	.۰۴۵	-.۱۴۳

سطح معناداری به دست آمده از آزمون سنجش رابطه برابر $۰/۰۴۵$ و کوچک تر از $۰/۰۵$ است، بنابراین فرض صفر رد و فرض هلاف تایید می شود، بدین معنا که بین استفاده از برنامه های آموزشی و

توانمندسازی اقتصادی زنان همبستگی منفی و معناداری وجود دارد، که با توجه به ضریب همبستگی ۰/۱۴۳ میزان رابطه بسیار ضعیف است.

بحث و نتیجه گیری

مقایسه با پژوهش های پیشین

۱. بین دو متغیر اصلی پژوهش یعنی متغیر رسانه های جمعی و متغیر توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان رابطه مشاهده نمی شود.
۲. بین متغیر تحصیلات و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.
۳. بین دو متغیر سن و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان رابطه مشاهده می شود.
۴. بین دو متغیر وضعیت تاهل، وضعیت اشتغال و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان اختلاف معناداری مشاهده نمی شود.
۵. بین دو متغیر هزینه ماهیانه خانوار و توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان رابطه وجود دارد.

پیشنهادات

- طرح برنامه های مساعد خاص و سرویس های مشاوره ای برای تبلیغ مهارت های اقتصادی زنان در گرایشات نو و تولیدات اساسی و فراهم ساختن اعتبارات خرد و سایر سرویس های تجاری و اساسی برای شمار زیادی از زنان برای توانمندسازی اقتصادی آن ها.

- بالا بردن در آمدزایی از راه خود اشتغالی و مهارت های رهبری.
- ایجاد قدرت رهبری میان زنان به وسیله شبکه آموزش و اطلاعات با آموزش و برنامه های درآمدزا.
- ساخت برنامه هایی جهت ترویج فرهنگ خودباوری و اعتماد به نفس نسبت به قدرت، توانمندی و شایستگی زنان.
- تبیین بازتاب تاثیر متقابل مردان و زنان توانمند در حصول موفقیت های یک دیگر.
- تاکید بر ضرورت توازن و تعادل در نحوه تجلیل از زنان شاغل و پرهیز از تجلیل صرفا مادی و جلوگیری از تبعیضات احتمالی.
- توجه شبکه سلامت به اهمیت نشاط در خانواده در کنار سلامت جسم، نقش متقابل زن و مرد در نشاط آفرینی و تاثیر آن در شکل گیری جامعه سالم.

پیشنهادات برای پژوهش های بعدی

- بررسی تاثیر برخورداری از حق مالکیت قانونی توانمندی سازی زنان
- بررسی تاثیر وضع سلامت در توانمندسازی زنان
- بررسی تاثیر دسترسی به منابع مالی در توانمندسازی زنان
- بررسی تاثیر حذف باورهای سنتی در توانمندسازی زنان
- بررسی تاثیر تبعیض در بازار کار در توانمندسازی اقتصادی زنان
- بررسی و تبیین عوامل و موانع ارتقای توانمندسازی اقتصادی - روانشناختی زنان در جامعه
- بررسی راهکارهای جذب مخاطبین زن

محدودیت ها و مشکلات تحقیق

- کمبود و یا فقدان منابع علمی قابل دسترس و قابل استفاده

- فقدان بودجه لازم برای انجام و پیشبرد کار

- کمبود وقت

- عدم در دسترس بودن و یا احتیاط پاسخگویی