

فضای سایبر و توانمندسازی زنان در ایران

مهدی منتظر قائم*

مونا شعبان کاسه گر**

تاریخ دریافت: ۹۴/۸/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۵/۲/۲۸

چکیده

در این مقاله به توانمندی زنان در فضای سایبر پرداخته شده است. مطالعه توانایی زنان در فضای سایبر از این جهت است که این فضا شرایط لازم برای مشارکت زنان فارغ از برخی محدودیت‌های دنیای واقعی را فراهم می‌کند که این امر می‌تواند به توانمندی فردی بینجامد. آن‌ها می‌توانند با داشتن مجموعه مهارت‌ها و انگیزه لازم مسیر را برای استفاده از اینترنت در جهت منافع خود و تولید محتوا هموار کنند. همچنین با رساندن صدایشان به گوش دیگران امکان تغییر و اصلاح کلیشه‌های قالبی و ایماژهایی که به آن‌ها نسبت داده می‌شود را عملی می‌سازند. اما آن‌ها برای عملیاتی کردن امکان استفاده از اینترنت در جهت هر آنچه که می‌خواهند، نیازمند مؤلفه‌هایی هستند. به همین دلیل برای شناسایی

mmontazer@ut.ac.ir

* استادیار ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران.

** کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول)

mona.shaban89@gmail.com

این مؤلفه‌ها و تأثیر آن‌ها بر توانمند شدن فردی زنان در استفاده از فضای سایبر، پرسشنامه‌ای آنلاین طراحی و تنظیم شد و در اختیار زنانی که در فضای سایبر به انواع فعالیت‌ها می‌پردازند، قرار داده شد. بعد از تکمیل پرسشنامه‌ها، تعداد ۴۲۹ پرسشنامه با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته نشان می‌دهد متغیرهایی همچون هدفمندی فعالیت، میزان آشنایی نسبت به زنان فعال، میزان فعالیت و سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف و تولید، توانمندی زنان در استفاده از فضای سایبر را افزایش می‌دهد. واژه‌های کلیدی: توانمندی، فضای سایبر، عاملیت، سواد رسانه‌ای انتقادی، هدفمندی

مقدمه

به نظر می‌رسد یکی از مؤلفه‌های پیشرفت هر کشوری، اطمینان از توانمندی زنان در جهت بهبود کیفیت زندگی آن‌ها است. با توجه به پیشرفت روزافزون فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی یکی از راه‌ها برای اطلاع از توانمند شدن زنان، می‌تواند مطالعه استفاده زنان از فرصت‌های به‌دست‌آمده فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، در جهت منافعشان باشد. اینترنت باعث شکل‌گیری رسانه‌های جدیدی با عنوان رسانه‌های مشارکتی و اجتماعی شده است؛ این رسانه‌ها و امکان نوشتن از طریق آن‌ها برای هر زنی که به اینترنت دسترسی دارد، این فرصت را فراهم می‌کند تا به بیان خود، اندیشه‌ها و باورهایش بپردازد. زنی که در طول روز با موج سنگین انواع پیام‌ها و اخبار رسانه‌های جمعی مواجه می‌شود و نقش مصرف‌کننده را ایفا می‌کند، می‌تواند با داشتن هدف، دانش اجتماعی و مهارت و دانشی که در مجموعه سواد رسانه‌ای جای می‌گیرد، در فضای وب با چند کلیک و تایپ چند کلمه، از مصرف‌کننده صرف خارج شود، نقش تولیدکننده را به خود بگیرد و به اشتراک، تجزیه و تحلیل، نقد، بسط و گسترش محتوا بپردازد.

همچنین این امکان وجود دارد که زنان از طریق اینترنت به مرور مهارت و توانایی خود را با خواندن مطالب دیگر فعالان سایبر و سایت‌های گوناگون بالا ببرند و یا با تولید محتوا سطح آگاهی دیگران را افزایش دهند. زنان از طریق اینترنت هم‌صدای خود را به گوش دیگران می‌رسانند و هم می‌توانند با تولید محتوا، کلیشه‌های ذهنی غالب نسبت به خودشان را با فعالیت در حوزه‌های گوناگون تعدیل و اصلاح کنند. برای اینکه زنان در فضا سایبر، فعال باشند و بتوانند از فرصت‌های به‌دست آمده به نفع خود استفاده کنند، نیازمند مجموعه مهارت‌هایی است که در نهایت آن‌ها را در این امر توانا می‌سازد. در این مقاله به این مجموعه مهارت‌ها و تأثیر آن‌ها در توانمندسازی زنان در فضای سایبر پرداخته می‌شود.

طرح مسئله

با توجه به دنیای رسانه‌ای امروز و پیشرفت روزافزون فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، یک بعد توانمندی به سواد رسانه‌ای، که شامل بخش مصرف و بخش تولید محصولات رسانه‌ای است، مربوط می‌شود. کلنر و شار^۱ (۲۰۰۵: ۳۷۲) مطرح کرده‌اند: «سواد رسانه‌ای انتقادی شامل مهارت‌ها در تجزیه و تحلیل انتقادی قراردادها و کدهای رسانه‌ای، توانایی در انتقاد کلیشه‌ها، ارزش‌های مسلط و ایدئولوژی و شایستگی برای تفسیر معانی متعدد و پیام‌های تولیدشده توسط متون رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای به مردم کمک می‌کند تا از رسانه استفاده هوشمندانه کنند، محتوای رسانه را ارزیابی، اشکال رسانه را تشریح انتقادی، اثرات و استفاده رسانه را بررسی کنند و همچنین رسانه‌های آلت‌رناتیو را بسازند». ابعاد دیگر آن می‌تواند به بحث تحصیلات، هدفمندی، میزان فعالیت، میزان تجربه استفاده از اینترنت و... که همگی در مجموعه عنصر عاملیت قرار می‌گیرد، مربوط شود.

1. Kellner & Share

بنابراین می‌توان گفت شاخص‌هایی که در ذیل مجموعه مهارت‌ها از جمله سواد رسانه‌ای انتقادی، میزان فعالیت‌ها، هدفمندی فعالیت، تجربه استفاده از اینترنت و ... می‌آید در نهایت به توانمندی می‌انجامد. وندی هارکرت (۲۰۰۰) به نقل از در استیونس، (۱۳۸۴: ۱۱۹-۱۱۸) یادآوری کرده است که: «اینترنت برای زنان در سراسر جهان فرصت‌های جدید را فراهم آورده است تا برای دستیابی به حقوقشان از طریق وارد شدن در گفت‌وگویی فرامرزی با زنان متعلق به کشورها و فرهنگ‌های دیگر، به مبارزه بپردازند».

همچنین هافکین^۱ (۲۰۰۲، نقل شده در شعبانعلی فمی و دیگران، ۱۳۸۹: ۷۷) می‌گوید: «با در نظر گرفتن مباحث جنسیتی، گاه عنوان می‌شود که فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات می‌توانند به عنوان ابزاری برای بهبود شرایط برابر جنسیتی و افزایش توانمندی‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی زنان به خدمت گرفته شوند». «فناوری‌های جدید، مشارکت، کثرت و تنوع نظرات را ترویج می‌دهند و همچنین آن‌ها را در به چالش کشیدن جریان همچون اطلاعات فیلتر شده، اطلاعات غلط، مسائل کپی‌رایت و ... کمک می‌کند. بنابراین سواد رسانه‌ای برای شهروندان زن در تبدیل شدن به مصرف‌کنندگان انتقادی اطلاعات و کمک به تأثیر در گفت‌وگو عمومی، ضرورت دارد» (جانسون، ۲۰۱۳: ۷۵۶). زنی که محروم است می‌تواند با استفاده از اینترنت خود را توانمند کند و صدای خود را به گوش دیگران برساند (گاجالا، ژانگ و داکو-چیک^۲، ۲۰۱۰) و در گفت‌وگو سازی‌ها نقش داشته باشند. البته هستند کسانی که رویکرد محافظه‌کارانه‌تر به فناوری‌ها دارند و تمام شرایط را در نظر می‌گیرند: ملحم و تادون^۳ (۲۰۰۹)، نقل شده در بریماکومب و اسکاس^۴، (۲۰۱۳) دسترسی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات را همچون یک شمشیر دو لبه توصیف کرده‌اند که از یک‌سو،

-
1. Hafkin
 2. Gajjala, Zhang & Dako-Gyeke
 3. Melhem and Tandon
 4. Brimacombe and Skuse

دانش اجتماعی را بهبود می‌بخشند و درحالی‌که از سوی دیگر شکاف جنسیتی و اجتماعی را عمیق‌تر می‌کند.

به گفته فرخی (۱۳۷۶: ۷۶): «توانمندسازی زنان به این معنی است که آن‌ها بر شرم بی‌مورد خود فائق آیند، کردار و گفتارشان حاکی از اعتمادبه‌نفس و اطمینان خاطر باشد، قادر به ارزیابی صحیح و شناخت واقعی خویشتن باشند، به استعدادها و محدودیت‌های درونی خویش آگاه باشند، قدرت رویارویی با دشواری‌ها را داشته باشند و در رفع آن‌ها بکوشند، از اهداف موردنظر و توان عملی ساختن آن شناختی دقیق داشته باشند، از توانایی و قابلیت نیل به هدف‌های خویش برخوردار باشند و بالاخره با افزایش توانمندی قادر به دستیابی به اهداف موردنظر خود شوند.

اینترنت فضایی را ایجاد می‌کنند که زنان فارغ از آنچه در عرف و نظام اجتماعی شرم و حیا تلقی می‌شود و ترس از گفتن برخی از حرف‌ها، بتواند در جهت علایق و سلیق خود عمل کند. اما باید در نظر داشت که اینترنت و فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی تنها فرصت را ایجاد می‌کنند و آنچه اهمیت دارد، توانایی و مهارت لازم زنان در استفاده از این فرصت است. می‌توان گفت زنان با مجموعه این مهارت‌ها توانا می‌شوند و از فرصت‌های به‌دست آمده فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌کنند. مجموعه مهارت‌ها می‌تواند آن‌ها را توانمند کند تا از رسانه‌های اجتماعی و مشارکتی بر بستر اینترنت برای رسیدن به هدف‌هایشان که می‌تواند مشارکت در نظام اجتماعی را به دنبال داشته باشد، سودجویند.

درواقع می‌توان اذعان کرد که فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی زمینه ساز یک امکان بالقوه طلایی برای توانمندی به شمار می‌روند که در سایه دسترسی برابر زنان نسبت به مردان به آن فناوری‌ها پدید می‌آید. این امکان برای زنان کشورهای درحال توسعه، به‌ویژه ایران اهمیت بیشتری دارد، زیرا بر اساس تجربه سازمان بین‌المللی کار، زمانی که راه‌های توانمندسازی زنان محدود است، دسترسی روزافزون آن‌ها به اطلاعات، سودمندترین گزینه برای این امر مهم به شمار می‌رود. در حقیقت،

این فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی راهی است که زنان کشورهای در حال توسعه را قادر می‌سازد تا وارد عرصه کارزار برای توانمندشان در زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی شوند (هافکین و تاگارات ۱۳۸۳: ۸۳ به نقل از برهانی و لالمی، ۱۳۸۸). به فعل رسیدن این امکان بالقوه فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی مجموعه شرایط را می‌طلبد. به‌طور خاص مارتنز^۱ (اشلی، ماکسل و کرافت، ۲۰۱۳: ۲) اشاره می‌کند که «افراد به دانش درباره جنبه‌های کلیدی پدیده رسانه‌های جمعی، مانند صنایع رسانه‌ای، مخاطبان رسانه‌ای و یا اثرات رسانه‌ای نیاز دارند. همچنین، آن‌ها باید قادر به به‌کارگیری این دانش در زمان دسترسی، تجربه و تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای باشند». اینترنت می‌تواند به‌عنوان فرصتی برای جنبه عملیاتی پیدا کردن این دانش باشد.

«توانمند در یک تعریف کلی و عام، به معنای بسط و گسترش حق انسان در آزادی عمل و افزایش ظرفیت‌های انسانی است. این تعریف به معنای افزایش میزان اختیار و اقتدار فرد برای انتخاب منابع و اعمال‌نظر در تصمیماتی است که زندگی او را تحت تأثیر قرار می‌دهند. وقتی افراد از حق واقعی انتخاب برخوردار باشند، تسلط و کنترل بیشتری بر شرایط حاکم زندگی خود خواهند داشت» (اعرابی و فیاضی، ۱۳۸۵: ۷۴-۷۳).

اینترنت حق انتخاب را به زنان می‌دهد اما این‌که آیا آن‌ها آگاهانه دست به انتخاب می‌زنند یا خیر و بعد از انتخاب، سواد و مهارت لازم را برای کاربردی کردن انتخابشان دارند یا خیر، پاسخش به این برمی‌گردد که زنان باید در کنار سواد رسانه‌ای انتقادی در مرحله مصرف رسانه‌ها- از این جهت که تحت تأثیر تولیدات رسانه‌ای نباشند و بتوانند آن تولیدات را به چالش بکشند- سواد و مهارت لازم برای تولید رسانه و محصولات رسانه‌ای را داشته باشند، در این صورت است که اینترنت

1. Martens

می‌تواند توانمندشان زنان را مضاعف کند. در غیر این صورت گویی به فرد رسانه‌ای داده شده و به او گفته شده است از طریق آن، هر چه می‌خواهد می‌تواند بگوید و صدایش را به گوش جهانیان برساند، اما آن فرد تنها بلد است، آن را روشن کند و در طول روز خودش را با آن سرگرم کند. همچنان باید متذکر شد، اینترنت تنها شرایط و فرآیند توانمندشان زنان را تسهیل می‌دهد. از طرفی باید این را توجه داشت 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 گردند و چندان مفهوم واقعی فرآیند «توانمندی» را درک نمی‌نمایند» (فرخی، ۱۳۷۶: ۷۷). به همین دلیل آن‌ها از فرصت‌هایی که فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در اختیارشان قرار می‌دهد نمی‌توانند در جهت تعریف نقش‌های جدید و اهمیت دادن به زن در تصمیم‌گیری‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، ورزشی و... استفاده کنند، زیرا آن‌ها هژمونیک‌وار تحت تأثیر اندیشه‌های حاکم نظام اجتماعی مردسالار قرار دارند و از فضایی که در بستر اینترنت بدون محدودیت‌ها و موانع دنیای واقعی شکل گرفته، عملاً برای بازتولید همان اندیشه‌ها استفاده می‌کنند و خودشان ادامه‌دهنده همان چرخه اندیشه‌های مردسالار هستند بنابراین آن‌ها نیاز به مهارت‌هایی دارند تا از شدت تأثیر هژمونیک نظام اجتماعی بر خود بکاهند. در این مقاله هدف پاسخگویی به این سؤال است که آیا مجموعه عواملی همچون: هدفمندی فعالیت در فضای سایبر، میزان آشنایی نسبت به زنان فعال در عرصه‌های گوناگون اجتماع، میزان فعالیت، سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف و تولید در فضای سایبر به توانمندی زنان می‌انجامد یا خیر؟ در ادامه، مباحثی که در ذیل ادبیات مفهومی قرار می‌گیرد، مطرح و سپس روش پژوهش و تحلیل یافته‌های حاصل از انجام پرسشنامه ارائه خواهد شد.

ادبیات مفهومی

در ایران نیز رویکرد توانمندی، تحت تأثیر فعالان فمینیستی و همچنین تحول پارادایمی در حوزه جنسیت و توسعه است (شکوری، رفعت جاه و جعفری، ۱۳۸۶: ۳) «به‌ویژه از دهه ۱۳۷۰ به بعد، مورد توجه سازمان‌های دولتی و غیردولتی قرار گرفته و برخی از سازمان‌های دولتی که عمدتاً در حوزه‌های اجتماعی به‌ویژه زنان فعال بوده‌اند به‌طور مستقل یا با همکاری سازمان‌ها و کارگزاران بین‌المللی شروع به تجربه و گسترش ابتکارات توانمندسازی نموده‌اند» (جباری، ۱۳۸۴: ۲۶۴).

در گزارش بانک جهانی (۲۰۰۱، نقل شده در مالهارا، شولر و بوندر ۲۰۰۲) اصطلاح برابری جنسیتی^۱ که با شرایط برابر در قانون، برابری فرصت‌ها (شامل برابری پاداش برای کار و برابری دسترسی به سرمایه‌های انسانی و منابع تولید دیگر که این فرصت‌ها را قادر می‌سازد) و برابری صدا (توانایی نفوذ و کمک به روند توسعه) برای توانمندسازی زنان بکار گرفته است. از توانمندسازی تعاریف متعددی ارائه شده است. در ادبیات مربوطه، برای تعریف این مفهوم به گستره وسیع از مفاهیمی نظیر حق انتخاب، کنترل داشتن و دسترسی به منابع؛ احساس استقلال و اعتمادبه‌نفس بیشتر و غیره اشاره شده است. برای نمونه، کلروام بی وو (۱۹۹۱، نقل شده شکوری، رفعت جاه و جعفری، ۱۳۸۶: ۴) توانمندسازی زنان را فرآیندی تعریف می‌کنند که به‌وسیله آن زنان برای سازمان‌دهی خودشان توانمند می‌شوند و اعتمادبه‌نفس خود را افزایش می‌دهند و از حقوق خود برای انتخاب مستقل و کنترل بر منابع، که منجر به از بین رفتن جایگاه فرودستی ایشان می‌گردد؛ دفاع می‌کنند (مالهارا، ۲۰۰۲: ۵) و همین‌طور، آگبومه (۲۰۰۱: ۲۳۹، نقل شده در شکوری، رفعت جاه و جعفری، ۱۳۸۶: ۴)، توانمندسازی را به معنای دستیابی بیشتر زنان به منابع و کنترل بر زندگی خود می‌داند که موجب احساس استقلال و اعتمادبه‌نفس بیشتری در آنها می‌شود. این فرآیند

1. gender equality

موجب عزت‌نفس زنان می‌گردد به این معنا که موجب بهبود تصویری می‌شود که زنان از خودشان می‌بینند. فارست (۱۹۹۹: ۱۰۱)، به نقل از شکوری، رفعت جاه و جعفری، (۱۳۸۶: ۴) توانمندی سازی را به معنای به چالش کشیدن مناسبات سنتی قدرت بین زن و مرد و تلاشی برای باز توزیع قدرت و منابع جهت یاری به فقرا تعریف می‌کند. گزارش بانک جهانی (۲۰۰۱)، نقل شده در مالهاترا، شولر و بوندر (۲۰۰۲) حقوق، منابع و صدا را به‌عنوان سه جز مهم از برابری جنسیتی تعریف کرده است و یونسکو (۱۹۹۴)، نقل شده در مالهاترا، شولر و بوندر (۲۰۰۲) بر اساس چارچوب توانمندسازی زنان توسط سارا لانگو^۱، رفاه، دسترسی به منابع، افزایش آگاهی و مشارکت و کنترل را عناصر توانمندسازی معرفی کرده است. توانمندسازی به‌عنوان فرآیند در جامعه دموکراتیک مشارکتی، کنترل بر زندگی خود را به دست می‌آورند (رآپاپورت^۲، ۱۹۸۷) و درک انتقادی از محیط خود (زیمرن، اسرائیل، شولر و چکووی^۳ ۱۹۹۲) است (نقل شده در بارگسما^۴، ۲۰۰۴).

«برخی از اندیشمندان توانمندسازی را به معنای افزایش مشارکت می‌دانند، درعین‌حال مشارکت نیز به‌عنوان یکی از عوامل تسهیل‌کننده توانمندسازی به کار می‌رود» (کتابی، یزد خواستی و فرخی راستابی، ۱۳۸۴: ۱). «توانمندی برای توصیف هموار کردن راه خود یا دیگران در جهت دستیابی به اهداف شخصی بکار می‌رود» (ابوت و والاس، ۱۳۸۰: ۳۱۱). درواقع مراحل گوناگونی که یک زن طی آن از نیازها و خواسته‌های درونی خود آگاه و انگیزه و جرات دستیابی به هدف موردنظر را در خود تقویت و به همراه آن توانایی و شایستگی لازم را برای عملی ساختن آن در خود ایجاد می‌کند اصطلاحاً «توانمندی» می‌نامند (فرخی، ۱۳۷۶: ۷۷) به‌عبارت دیگر به گفته فرخی (۱۳۷۶: ۷۷): «توانمندی حاصل جمع این عبارات است: من می‌خواهم این کار را انجام

-
1. Sara Longwe
 2. Rappaport
 3. Zimmerman, Israel, Schulz, & Checkoway
 4. Bergsma

دهم (انگیزه)، من می‌توانم آن را انجام دهم (توانایی)، پس من آن را انجام خواهم داد (توانمندی). همان‌گونه که مشهود است در مرحله اول با عبارت «می‌خواهم انجام دهم» انگیزه لازم را درون خویش ایجاد نموده‌ایم. سپس با اعتقاد به این‌که «من می‌توانم» به عبارت مثبت «من آن را انجام خواهم داد» که نشانه عزم و اراده درونی انجام و تحقق کار است، خواهیم رسید. از عبارت مضمون بالا به‌خوبی ملاحظه می‌شود که هرگاه زنی مصمم به انجام کاری باشد مسلماً انگیزه و توانایی انجام آن را در درون خود قوت بخشیده و به طریقی اولی با خودباوری به این یقین می‌رسد که قادر به دستیابی به خواسته خویش است».

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، توانمندی به معنای افزایش مشارکت نیز تعریف می‌شود و اینترنت با توجه به فضایی که تا حدی از محدودیت‌های فضای واقعی مبرا است، می‌تواند شرایط لازم برای این مشارکت حداقل در محتوا سازی و حتی ادامه فعالیت‌های آفلاین و یا تقویت آن به‌صورت فعالیت‌های آنلاین را فراهم می‌کند.

در اندیشه‌های فمینیستی، نظریه صدا بر این واقعیت تاکید دارد که گروه‌های به حاشیه رانده‌شده، وسیله‌ای ندارند تا صدای خود را به خارج از گروه خود برسانند. میترا و واتس^۱ بر این باورند که اینترنت توانسته این امکان را برای تمامی افراد فراهم نماید تا صدا داشته باشند. در مطالعات ارتباطات وجود صدا (به صورت فرعی و جمعی) در افراد و متون مفروض است اما مشکلی که وجود دارد این است که نیروهای مسلط و قدرتمند می‌توانند این صدا را خاموش نمایند و این همان‌جایی است که گروه‌های خاموش به آن اعتراض دارند و خواستار شنیده شدن صدای خود هستند. میترا و واتس داشتن صدا را تقریباً مترادف با آزادی از نژاد، جنسیت و قومیت می‌دانند، به این معنی که هر کس از توانایی داشتن صدا در این دنیا، بهره‌مند باشد به قدرت و در پی آن به امکان متجلی کردن خود دست‌یافته است. صدامندی فرد و گروه می‌تواند مانع

1. Mitra & Watts

از ایجاد مرزهای تحمیلی ناشی از نژاد، قومیت، رنگ پوست، جنسیت، ایدئولوژی بر انسان و اعمال و افکار وی شود. بنابراین صدا ویژگی انسانی است که تلاش گوینده برای ورود به دنیا و انتقال تجاربش به دنیایی از گفتمان‌ها را نشان می‌دهد. درحالی‌که باوجود رابطه قدرت سنتی و دیدگاه‌های سلطه‌گرایانه، امکان شنیدن برای هر کسی به‌ویژه با رسانه‌های سنتی وجود ندارد و گروه‌های خاموش همیشه به دنبال رسانه‌ای بوده و هستند که بتوانند در آن خود را ابراز نموده و درواقع صدا داشته باشند. به وجود آمدن اینترنت می‌تواند پاسخی به این خواسته تاریخی آنان باشد و تا حدودی توانسته ابزاری برای توانمندسازی گروه‌های به حاشیه رانده‌شده دانست که آنان را قادر می‌سازد تا از محرومیت تاریخی خود از دسترس به گفتمان رسانه‌ای حداقل به صورت نمادین اندکی فاصله بگیرند، چراکه یکی از مهم‌ترین جنبه‌های فضای مجازی ناپدید گشتن مرزهایی است که زندگی واقعی را ساختارمند کرده است (منتظر قائم و تاتار، ۱۳۸۴: ۲۳۳-۲۳۲).

فمینیست‌ها برای صدای شخصی افراد ارزش قائل هستند و این ارزش از طریق رسانه‌های اجتماعی و مشارکتی بر بستر اینترنت، جامه عمل به خود می‌گیرد و به‌نوعی عملیاتی می‌شود. اینترنت هم با توجه به شرایطی که دارد می‌تواند رسانه‌ای شایسته برای این امر باشد و زنان از طریق آن، بیان کردن تجربیات و عقاید خود را تمرین می‌کنند. اینترنت امکان مطرح‌شدن صداها به حاشیه رانده را دارد، درواقع ابزار و رسانه لازم را در اختیار زنان قرار می‌گیرد، نحوه ارائه این صدا و شکل‌هایی که این صدا به خود می‌گیرد مهم است، هر صدایی تأثیرگذار نیست و نمی‌تواند گفتمان‌سازی کند. صدا باید توانا و قدرتمند باشد و لازمه آن هم این است که گوینده آن دارای مجموعه دانش و مهارت‌ها باشد.

از بررسی تعاریف مشخص، توانمندی حاوی سه عنصر یا مفهوم مشترک در غالب تعاریف و مفاهیم است. نخستین عنصر، منابع است که شامل متغیرهایی مانند آموزش و اشتغال می‌باشد و به قول کبیر (۲۰۰۲، نقل‌شده در مالهاترا، ۲۰۰۲: ۷) از

عوامل تسریع‌کننده توانمندسازی به شمار می‌آید. دومین عنصر عاملیت^۱ است، عاملیت زنان به این موضوع اشاره دارد که زنان را نباید فقط به‌عنوان دریافت‌کنندگان خدمات در نظر گرفت، بلکه خود زنان باید به‌عنوان بازیگران اصلی در فرآیند تغییر به‌ویژه در تدوین انتخاب‌های مهم زندگی و کنترل بر منابع و تصمیماتی که تأثیر مهمی در زندگی ایشان دارند، در نظر گرفت شوند. این عنصر معرف اهمیت گفتمان از پایین به بالا نسبت به رویکرد از بالا به پایین است. سومین عنصر دستاوردها یا نتایج و پیامدهاست که در اثر فرآیند توانمندسازی ایجاد می‌شود. دستاوردها می‌تواند از برآورده شدن نیازهای اساسی تا دستاوردهای پیچیده‌تری مانند خشنود بودن، عزت‌نفس داشتن، مشارکت در زندگی اجتماعی و سیاسی و غیره را در برگیرد (شکوری، رفعت جاه و جعفری، ۱۳۸۶: ۵).

همان‌طور که اشاره شد یکی از عنصر توانمندسازی عاملیت فرد است که بحث توانمندسازی فردی را به میان می‌کشد. توانمندسازی فردی معمولاً به‌مثابه توانایی کنترل زندگی خود و باور به این است که می‌توان به اهداف خود رسید. این رویه دربرگیرنده مشارکت فرد در نقش‌های اجتماعی است که در سطح جامعه ارزشمند تلقی می‌شوند. از نظر چمبرلن (۱۹۹۷)، به نقل از الهی‌فر، (۱۳۸۹: ۷۷) «توانمندسازی فردی دربرگیرنده دسترسی به اطلاعات، تغییر تصورات دیگران در خصوص توان و ظرفیت شخص در انجام کار، ارتقاء ایماژ شخصی، غلبه بر رسوایی و قدرت اتخاذ تصمیم از میان طیفی از گزینه‌هاست. البته توانمندسازی فردی بسته به شخص و بافت موقعیتی‌ای که فرد در آن زندگی می‌کند، اشکال گوناگونی به خود می‌گیرد، و حتی در طول زمان هم تغییر می‌کند». به‌عبارت‌دیگر زنان خودشان در فرآیند تغییر، بازیگران مهمی هستند که شروع به تعریف و سنجش می‌کنند. بنابراین فرضی وجود دارد که می‌تواند به بهبود شاخص توانمندسازی بینجامد و آن این است که فرآیند مداخله، زنان را به‌عنوان عوامل

1. Agency

تغییرات که صرفاً دریافت‌کننده نیستند، درگیر کند و این نشان‌دهنده اهمیت گفتمان از پایین به بالا نسبت به رویکرد از بالا به پایین است. بسیاری از نویسندگان به عاملیت در توانمندسازی اشاره کرده‌اند که شامل توانایی تدوین و صورت‌بندی کردن انتخاب‌های استراتژیک و کنترل منابع و تصمیم‌گیری‌هایی که تأثیر مهمی بر زندگی دارد، است (مالهاترا، شولر و بوندر، ۲۰۰۲).

البته در عنصر عاملیت بحث انگیزه شخصی هم مطرح است. فرد برای انجام دادن هر فعالیت و عملی انگیزه‌هایی دارند که منجر به فعل آن‌ها می‌شود و گرنه افرادی که انگیزه کافی نداشته باشند آن فعالیت و عمل در همان حالت بالقوه در ذهن فرد باقی می‌ماند و به فعلیت نمی‌رسد. بنابراین شاید بتوان گفت که انگیزه شرط لازم برای انجام هر عمل است. این انگیزه می‌تواند شخصی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، سرگرمی، ارتباطی و ... باشد. نوع و میزان انگیزه و هدف در چگونگی فعالیت افراد تأثیر دارد.

با توجه به مطالبی که در بحث توانمند شدن و نقش عاملیت مطرح شد، دلایل برجسته کردن این عنصر در مقاله حاضر، تأکید بر روی مخاطب و توانایی و مهارت او در استفاده از اینترنت در تولید محتوا و ایجاد صدا است، فارغ از اینکه در کشور چه برنامه‌هایی برای توانمندشان زنان در این امر صورت گرفته است، آیا زنان با توجه به ویژگی‌های شخصی و فردی و موقعیت اجتماعی می‌توانند به خود توانمندی دست یابند. در واقع اگر با دیدی شکاکانه به این قضیه نگاه کرد، توانمندسازی هم فرآیند و برنامه‌ای است که در یک نظام اجتماعی مردسالار تدوین و تنظیم شده است. بنابراین این فرض مطرح می‌شود که فرد می‌تواند توانمند بشود بدون این‌که کسی ویژگی‌های شخصی یا شغلی او را به رسمیت بشناسد. علت این امر این است که «منبع توانمند شدن در درون انسان است و در واقع نوعی احساس و تلقی به توانمندشان است و شخص آن را برای خود پذیرفته است» (الهی فر، ۱۳۸۹: ۷۶).

به موازات توسعه‌های اخیر فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات طیف وسیعی از روش‌های جامعه‌شناختی به واسطه ارتباطات نوین پدید آمده است. اجتماعات مجازی،

فرهنگ کامپیوتر، هویت و بدن، مسائل مربوط به حوزه‌های خصوصی و عمومی، نظارت، جنبش‌ها و اعتراضات مجازی، رسانه‌های جایگزین در فضای مجازی، دموکراسی مجازی و... مطرح شده است. در نظریه فمینیست هم بخش جدید مربوط به فضای سایبر اضافه شد و شاخه جدید با عنوان سایبر فمینیست پدید آمد. چنین به نظر می‌رسد که سایبر فمینیست ترکیبی از نظریه‌های فمینیست مربوط به جنسیت و فناوری و همچنین دیدگاه‌های پست‌مدرن است. پست‌مدرن از این جهت که مخاطب را فعال در نظر می‌گیرد، با توجه به اینکه جنسیت و فناوری در بافت‌های اجتماعی و تاریخی تعریف و بازتعریف می‌شود و پست‌مدرن هم این ادعا را دارد که هر مخاطب می‌تواند خوانش متفاوتی را از یک متن یا تصویر داشته باشند که در اندیشه‌های فمینیست ساختارگرا بارقه‌های آن وجود دارد

«از اوایل ۱۹۸۰ توجه قابل ملاحظه‌ای در زمینه ادبیات جنسیتی و فناوری صورت گرفته است و نوشته‌های فمینیستی اولیه بر زنان در رشته‌های علمی و فناوری مربوط تمرکز کرده است. فمینیست‌های اولیه، جنسیت و فناوری را به‌عنوان نتیجه کلیشه‌ها، تجزیه و تحلیل کرده‌اند، بنا بر استدلال آن‌ها فناوری توسط مردان طراحی و ساخته شده است و در نتیجه برای زنان پیامدهای منفی به دنبال خواهد داشت» (لین^۱، ۱۹۸۷). فضای سایبر، نه تنها می‌تواند به‌عنوان فضایی آزادی‌بخش برای زنان ساخته شده باشد که به آن‌ها امکان نقش پیچیده و تغییر یافته از بدن، خود و جامعه را می‌دهد، بلکه می‌تواند بی‌عدالتی‌های اجتماعی و سیاسی موجود همچون بیگانه‌هراسی، همجنسگرا ستیزی، نژادپرستی، تبعیض جنسی و طبقاتی را از نو ایجاد و بازسازی کند (گروبر^۲، ۲۰۰۶). برخی از پژوهشگران فمینیستی همچون اسپندر^۳ (۱۹۹۵) معتقدند که اینترنت رسانه زنان است (ون‌زونن^۴، ۲۰۰۷)، درست است که برخی پژوهشگران فمینیستی نگاه

-
1. Linn
 2. Gruber
 3. Spender
 4. Van Zoonen

افراطی دارند اما اینترنت می‌تواند به‌عنوان رسانه‌ای برای تولیدات زنان شود. مگان اسمیتلی^۱ (۲۰۰۴) معتقد است که فضای سایبر ذاتاً حوزه عمومی برای رهایی‌بخشی زنان نیست و همچون جیمز بوهمن^۲ که راجع به دموکراسی جهانی و اینترنت معتقد است که فضای سایبر تنها به حدی دموکراتیک است که مردم از آن به روش دموکراتیک آگاهانه و انعکاسی استفاده کنند. هایرایر (۲۰۰۵) نقل شده در بریماکومب و اسکاس^۳ (۳۰۱۳) معمولاً محتوای مرتبط با فناوری‌های جدید (همچنین رسانه‌های سنتی) مرد محور هستند. در سال ۲۰۱۰، پروژه نظارت بر رسانه‌های جهانی^۴ (۲۰۱۰) نقل شده در بریماکومب و اسکاس (۲۰۱۳) گزارش داده است که تنها ۱۲ درصد از تمام اخبار رسانه‌ها در سراسر جهان (شامل فناوری‌های جدید) به‌طور خاص بر زنان تمرکز می‌کند. علاوه بر این، بازنمایی زنان در تمام اشکال رسانه‌ای اغلب کلیشه‌ای و کمتر از مردان و یا در نقش‌های سنتی و عادی همچون همسر و مادر تصویر کشیده می‌شوند. همچنین در این پروژه بیان کرده‌اند که ۴۶ درصد تمام اخبار در سراسر جهان کلیشه‌های جنسیتی را تقویت می‌کنند، درحالی‌که تنها ۶ درصد آن‌ها را به چالش می‌کشد.

تمرکز بر حذف، نشان می‌دهد که مناسبات قدرت جنسیت، همچنین تمرکز بر زنان به‌عنوان قربانیان و نادیده گرفتن بسیاری از راه‌هایی که زنان با فناوری تعامل دارند کار ساده و بدون ابهامی نیست البته پترسون^۵ (۱۹۹۲، نقل شده در سیرس ۱۹۹۸) معتقد است که توانمندسازی زنان در زمینه رسانه‌های الکترونیکی جدید می‌تواند منجر به رفع ابهام از فناوری و تخصیص دسترسی به این ابزار شود. بازتولید فرهنگی در عرصه مجازی اینترنت به معنای بازتولید هنجارهای اجتماعی واقعی، ارزش‌ها، نمادها،

-
1. Smitley
 2. James Bohman
 3. Brimacombe&Skuse
 4. Global Media Monitoring Project (GMMP)
 5. Paterson

سبک‌های زندگی گروه‌های اجتماعی است. که از جانب دستگاه‌های رسمی به حاشیه رانده شده‌اند و اینترنت به عنوان عرصه مجازی که تنها جایگاه قدرتمندان نیست. فرصتی برای این بازتولید فراهم می‌آورد. زنان، جوانان، گروه‌های به حاشیه رانده شده سیاسی، گروه‌های قومی، نژادی، زبانی و به‌طور کلی گروه‌های خاموش جامعه، عرصه مجازی را عرصه‌ای مناسب برای بازنمایی و بازتولید فرهنگ خود قلمداد می‌کند (فرشباغ، ۱۳۸۹: ۲۳-۲۲). پلنت^۱ (۱۹۹۷، نقل شده در سائرس، ۱۹۹۸) نسخه‌ای از سایبرفمینیسم را ارائه می‌دهد، او استدلال می‌کند که بین زن و کامپیوتر وابستگی وجود دارد. پلنت اول به این اشاره می‌کند که یک رابطه طولانی بین فناوری اطلاعات و آزادی زنان وجود دارد (کراس^۲، ۱۹۹۵: ۴) و در مرحله دوم نشان می‌دهد که ارزش‌های اینترنت در تبادل آزاد اطلاعات، مرکزیت زدایی، پرورش جوامع مجازی و قابلیت‌های شبکه که ارزش‌های زنانه هستند، تجسم می‌شود. از این رو فناوری اینترنت در اصل زنانه است و بازنمایی چیزی جز مرگ مردسالاری نیست. او مطرح می‌کند که از طریق کامپیوتر زنان فرا روایت پدرسالارانه را شالوده شکنی می‌کنند و زنان می‌توانند بدون تعریف شدن با نظام پدرسالار هر آن چیزی که می‌خواهند باشند. فضای مجازی عرصه آزادی نامحدود است (سائرس، ۱۹۹۸).

البته استدلال پلنت (۱۹۹۷) حاوی عناصر جبرگرایی فناوری است که به‌تنهایی فضای آزاد نامحدودی را باز می‌کند و زنان و فناوری همگرا هستند. پلنت به آزادی بی‌حد و حصر اینترنت و امکان توانا شدن زنان اشاره می‌کند اما باید این را در نظر داشت که اینترنت تنها امکان را در اختیار می‌گذارد و به‌تنهایی کاری نمی‌تواند کند. این عرصه آزاد نامحدودی که پلنت از آن صحبت می‌کند می‌تواند برای زنان حتی کژ کارکرد هم داشته باشد و در جهت تقویت پایه‌های نظام اجتماعی پدرسالار و ارزش‌های مردانه قرار گیرد.

1. Plant
2. Cross

فرض می‌شود که زنان می‌توانند با ارزش‌ها و شیوه‌های فناوری خودشان را تغییر و تنظیم می‌کنند و فناوری یک عامل مستقل مؤثر بر روابط اجتماعی بدون تاثیرپذیرفتن از آن‌ها تصور می‌شود. این نشان‌دهنده شکل خفیف جبر تکنولوژیک هست. به علاوه، رویکرد فمینیست لیبرال به جنسیت و فناوری این‌گونه فرض می‌شود که اساساً زنان و مردان ظرفیت عقلانیت مشابهی دارند. با توجه به فمینیست‌های لیبرال، جنسیت به روند سیستماتیک و مداوم کلیشه‌های نقش جنسی و اجتماعی زن و مرد در نقش‌های جنسی مناسب خود، اشاره دارد. بنابراین جنسیت تنها تحریف ماهیت واقعی مردان و زنان است (سایرس، ۱۹۹۸). بنابراین با توجه به این‌که تغییرات خیلی سریع‌تر از گذشته است و احاطه شدن زندگی امروزه توسط تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی که در بستر اینترنت قرار دارد، حاکی از این است که در این دنیای رسانه‌ای شده، فرد بیش از پیش نیاز دارد که مهارت سواد رسانه‌ای‌اش را با سرعت تغییرات فناوری‌ها هماهنگ کند و در ارتقا دادن آن بکوشد، در غیر این صورت در گرداب تصاویر، متون و محصولات رسانه‌ای غرق می‌شود.

روش پژوهش

در این مقاله به منظور دستیابی به مؤلفه‌هایی که به توانمند شدن زنان در فضای سایبر می‌انجامد، از روش پیمایش بهره گرفته شد. پرسشنامه رایج‌ترین فن جمع‌آوری اطلاعات در روش پیمایشی است (دواس، ۱۳۷۶: ۴) و با توجه به موضوع مورد مطالعه و در نظر گرفتن فعالان سایبر زن به عنوان جامعه آماری، از پرسشنامه آنلاین استفاده شده است. به این صورت که پرسشنامه از طریق اشتراک بر روی شبکه‌های اجتماعی و ایمیل بین پاسخ‌دهندگان پخش شده است.

در پژوهش حاضر از آنجایی که جمعیت جامعه فعالان سایبر زن آماری وجود ندارد و آمار دقیق و کامل از تعداد فعالان سایبر زن وجود ندارد، برای رعایت جانب

احتیاط، با در نظر گرفتن این موضوع که "N" به‌عنوان حجم جامعه در فرمول معادل ۳۸۴ است، "N" در فرمول کوکران در نظر گرفته شده است تا طبق روش نمونه‌گیری پرسشنامه در اختیار نمونه مورد مطالعه قرار گیرد.

نمونه‌گیری انواع گوناگونی دارد که یکی از آن‌ها نمونه‌گیری تصادفی است. برای آن‌که فعالان سایبر زن شانس قرار گرفتن در نمونه را داشته باشند، روزهای هفته به‌عنوان تصادفی انتخاب شد. و در نهایت ۴۴۰ پرسشنامه پر شد و رسیدن به چیزی فراتر از حدنصاب یعنی تعداد ۳۸۴ پرسشنامه از تعداد ۴۴۰ پرسشنامه، تعداد ۱۱ پرسشنامه به دلیل برخی ایرادات همچون نوشتن سن به‌صورت تکریمی و یا پرشدن یک پرسشنامه توسط یک نفر (به این صورت که عین پاسخ‌های یک پرسشنامه تکرار شده بود)، کنار گذاشته شده و تعداد ۴۲۹ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. پرسشنامه آنلاین، به این صورت طراحی شده است که تا زمانی تمام سؤالات پاسخ داده نشده باشد، ثبت نخواهد شد به همین دلیل هیچ پرسشنامه‌ای گزینه بی‌پاسخ ندارد و همه ۴۲۹ پرسشنامه، کامل پر شده است.

در خصوص اعتبار پرسشنامه از نظرات متخصصان و استادان استفاده شده است. برای پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است، به این صورت که گویه‌های سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف و تولید باهم جمع (مجموع آن ۳۴ گویه شد) و ضریب آلفای آن‌ها گرفته شد و گویه‌های توانمندی و دانش اجتماعی نیز به‌صورت مجزا پایایی آن‌ها مورد سنجش واقع شد. میزان آلفای کرونباخ برای هر شاخص تحقیق بزرگ‌تر از ۰,۷۰ است و این موضوع نشان‌دهنده همبستگی درونی بین متغیرهای برای سنجش موردنظر است و بدین ترتیب می‌توان گفت که تحقیق از قابلیت اعتماد و پایایی لازم برخوردار است.

فرضیه‌های پژوهش

- ۱- میزان فعالیت‌ها، توانمند شدن زنان در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.
- ۲- میزان آشنایی نسبت به زنان فعال در عرصه‌های گوناگون اجتماع، توانمند شدن در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.
- ۳- هدفمندی فعالیت در فضای سایبر بر توانمند شدن زنان تأثیر می‌گذارد.
- ۴- سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف، توانمند شدن زنان در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.
- ۵- سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید، توانمند شدن زنان در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.

تحلیل یافته‌ها

تحلیل یافته‌ها ابتدا به صورت توصیفی و سپس آزمون فرضیات ارائه خواهد شد. بعد از پر شدن پرسشنامه‌ها توسط ۴۴۰ نفر از فعالان سایبر زن، گویه و شاخص‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. از این ۴۴۰ پرسشنامه تکمیل شده، ۱۱ پرسشنامه به دلیل برخی از نواقص، کنار گذاشته شد و تعداد ۴۲۹ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

با توجه به این‌که اینترنت می‌تواند فرصتی برابر برای مشارکت زنان در تولید محتوا ایجاد کند و آن‌ها را توانا در استفاده از فرصت‌های به‌دست آمده می‌کند، شاخص‌هایی که به این توانایی می‌انجامد، توسط پرسشنامه آنلاین سنجیده شده است. بنابراین در ادامه، ابتدا توصیف یافته‌ها، سپس برای فرضیات جداول و توضیحات آورده شده است.

توصیف یافته‌ها

از بین ۴۲۹ پاسخ‌دهنده، حداقل سن پاسخگویان ۱۸ سال و حداکثر سن ۵۰ سال است. از بین ۴۲۹ پاسخ‌دهنده تعداد ۱۵۲ نفر (۳۵,۴ درصد) در گروه سنی ۲۶ تا ۳۰ سال قرار دارند که بیشترین گروه سنی را به خود اختصاص داده است. کمترین گروه سنی نیز مربوط به بالای ۴۰ سال است که تعداد ۱۳ نفر (۳ درصد) را شامل می‌شود و میانگین سنی هم ۲۷,۴ است.

از تعداد ۴۲۹ پاسخگو، بیشترین تعداد پاسخگویان متعلق به گروه تحصیلات لیسانس تعلق داشتند، به عبارت دیگر تعداد ۲۰۴ نفر (۴۷,۶ درصد) دارای تحصیلات لیسانس هستند. گروه متعلق به تحصیلات دیپلم و پایین‌تر از دیپلم و گروه متعلق با تحصیلات دکترا کمترین گروه هستند که هرکدام به‌طور جداگانه با تعداد ۲۰ نفر (۴,۷ درصد) را در خود جای داده‌اند. همچنین از تعداد ۴۲۹ نفر پاسخگو، بیشتر پاسخگویان یعنی تعداد ۲۵۸ نفر (۶۰,۱ درصد) به میزان ۸ و بیشتر از ۸ سال از اینترنت استفاده کرده‌اند. تعداد ۳ نفر (۰,۷ درصد) به میزان یک و کمتر از یک سال از اینترنت استفاده کرده‌اند که به کمترین گروه مدت‌زمان استفاده‌کنندگان اینترنت تعلق دارند.

توصیف متغیرها

۱- توصیف متغیر توانمندی: قبل از پرداختن به یافته‌ها، با توجه به مباحثی که در بخش مربوط به ادبیات مفهومی ارائه شد، فرد در صورتی توانمند می‌شود که امکان کنترل و انتخاب بر منابع داشته باشد، بخواهد و بتواند از اینترنت به نفع خودش استفاده کند و همچنین احساس کند، می‌تواند مؤثر باشد و بر دیگران تأثیر بگذارد. برای سنجش این متغیر با توجه به مباحث مربوط به ادبیات مفهومی، سنجه‌هایی ساخته و تنظیم گردیده است. اگر بخواهیم گزینه‌های گویه‌های توانمندی را در سه گروه کم، متوسط و زیاد طبقه‌بندی کنیم و با توجه به گزینه‌های خیلی کم تا خیلی زیاد بالاترین

نمره را ۵ در نظر بگیریم، نمرات کسب شده توسط ۴۲۹ پاسخ‌گو به‌قرار زیر است: تعداد ۱۹۰ نفر (۴۴,۳ درصد) سطح متوسط نمرات از توانمندی را کسب کرده‌اند، تعداد ۱۸۱ نفر (۴۲,۳ درصد) و تعداد ۵۸ نفر (۱۳,۵ درصد) به ترتیب سطح «کم» و سطح «زیاد» نمرات از توانمندی را دریافت کرده‌اند. همچنین قابل‌ذکر است که میانگین نمره‌ها ۵ برآورده شده است که از این رقم میانگین نمرات کسب‌شده توسط پاسخ‌گویان ۲,۷ بوده است که چند دهم از سطح متوسط بالاتر است.

۲- توصیف متغیر سواد رسانه‌ای انتقادی مصرف: سواد رسانه‌ای انتقادی مهارتی است که مخاطب هم در بخش مصرف و هم در بخش تولید برای فعال بودن و به چالش کشیدن تولیدات رسانه‌ای داشته باشند. به‌عبارت دیگر مخاطب در برابر سیل انبوه تولیدات رسانه‌ای که روزانه به سوی او سرازیر می‌شود نیاز به مجموعه مهارت‌هایی دارد تا منفعلانه هر آنچه به او عرضه می‌شود را نپذیرد و همچنین بتواند با مجموعه مهارت‌هایی به تولید محتوا و خلق رسانه‌ای برای بیان نظرات، عقاید، باورها و تجربیاتش بپردازد. سواد رسانه‌ای در بخش مصرف مربوط به میزان استفاده از رسانه، تعداد رسانه‌های مورد استفاده، آگاهی از پروسه تولید محتوا توسط رسانه‌ها، آگاهی از بازنمایی و... است. در خصوص چگونگی مصرف که به مصرف انتقادی و آگاهانه مربوط می‌شود گویه‌های: (۱) فقط اخباری که در راستای علایق و باورهای شخصی‌ام است را از طریق رسانه‌های گوناگون پیگیری می‌کنم، (۲) نسبت به اطلاعاتی که نظر شخصی‌ام را به چالش می‌کشد، جبهه‌گیری می‌کنم، (۳) درباره رسانه بر اساس خروجی خبری یا گزارش و تولیدات محتوایی آن قضاوت می‌کنم، (۴) زمانی برای شنیدن، خواندن و تماشا کردن خبر از رسانه‌های گوناگون اختصاص نمی‌دهم، (۵) منابع خبری را ارزیابی نمی‌کنم، (۶) در طول زمان خبر را تعقیب نمی‌کنم، (۷) قادر به تفکیک خبر از عقیده نیستم و (۸) به نظرم در اینترنت اولین لینک به معنای معتبرترین لینک است،

را از ۱۲ نکته‌ای که هاروارد اشنايدر^۱ (۲۰۱۳) در کارآگاه آموزشی برای اینکه مصرف‌کننده خبری آگاه و هوشمند باشیم ارائه داده، اتخاذ شده است.^۲ همچنین برای دست‌یافتن به نگاه انتقادی و اینکه مخاطب در مقابل پیام‌های رسانه‌ای که به او عرضه می‌شود، آگاهانه فکر می‌کند یا خیر، پنج گویه نگرشی از پژوهش کرافت، ماکسل و اشلی (۲۰۱۳: ۷) تحت عنوان «اندازه‌گیری سواد رسانه‌ای خبری: چگونگی ترکیب دانش و انگیزه برای ایجاد سواد خبری نوجوانان»^۳ اتخاذ شده است. آن‌ها در این پژوهش این پنج مورد را به‌عنوان نیاز شناخت مطرح می‌کنند، مقیاس این پنج مورد را از پژوهش‌های قبلی (اپستاین^۴ و همکاران ۱۹۹۶) به دست آورده‌اند. بر طبق نظر آن‌ها کسانی که بیشترین نمره را از این گویه‌ها (به‌صورت معکوس کدگذاری شده است) کسب کنند احتمال دارد آگاهانه در مقابل پیام‌های رسانه‌ای قرار گیرند و کسانی که نمره پایین‌تری را دریافت می‌کنند، به‌صورت خودکار با تکیه بر عادات از قبل شکل گرفته، در مقابل پیام‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد. این گویه‌ها در جدول «ماتریس عملیاتی متغیر مستقل سواد رسانه‌ای انتقادی»، ذیل بعد «نیاز به شناخت» آمده است. باید متذکر شد که نمرات سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف از تلفیق گویه‌های سواد رسانه‌ای در بخش مصرف، تفکر انتقادی (نیاز به شناخت) و میزان مصرف روزانه از رسانه‌های گوناگون، تنظیم شده است. حال با این توضیحات، اگر بخواهیم سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف را در سه گروه کم، متوسط و زیاد طبقه‌بندی کنیم و با توجه به گزینه‌های خیلی کم تا خیلی زیاد بالاترین نمره را ۵ در نظر بگیریم، نمرات کسب شده توسط ۴۲۹ پاسخ‌گو به این قرار است: تعداد ۳۱۵ نفر (۷۳,۴ درصد) سطح

1. Howard Schneider

۲- این ۱۲ نکته در سایت <http://sicohen.wordpress.com/tag/howard-schneider/> قابل دسترسی است.

3. Measuring News Media Literacy: How Knowledge and Motivations Combine to Create News-Literate Teens

4. Epstein

زیاد نمرات از سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف را کسب کرده‌اند، تعداد ۱۱۲ نفر (۲۶,۱ درصد) و تعداد ۲ نفر (۵ درصد) به ترتیب سطح متوسط و سطح کم نمرات از سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف را دریافت کرده‌اند. همچنین قابل ذکر است که میانگین نمره‌ها ۵ برآورده شده است که از این رقم میانگین نمرات کسب شده توسط پاسخ‌گویان ۳,۷۴ بوده است که از سطح متوسط بالاتر است.

۳- توصیف متغیر سواد رسانه‌ای انتقادی تولید: سواد رسانه‌ای انتقادی تنها در زمینه مصرف نیست بلکه به معنی تولید محتوا رسانه‌ای و ساخت رسانه‌های جایگزین است؛ اینکه فرد بتواند و بداند چگونه برای خود کانال ارتباطی یا رسانه‌ای بسازد تا بتواند هر آنچه را که می‌خواهد به دیگران ارائه دهد. در زمینه تولید، بازنشر محتوای دیگران، اتفاقات و تجربیات روزانه خود، شرکت در بحث‌هایی که در فضای سایبر شکل می‌گیرد و تحلیل و نقد نوشتن و تلاش برای حفظ مخاطب به‌عنوان معرف‌های مورد نظر ارائه شده است. البته باید متذکر شد که شرکت در بحث‌های شکل گرفته در فضای سایبر و نوشتن نقد و تحلیل در پژوهش حاضر، بیشترین امتیاز را دارد. اگر بخواهیم سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید را در سه گروه کم، متوسط و زیاد طبقه‌بندی کنیم و با توجه به گزینه‌های خیلی کم تا خیلی زیاد بالاترین نمره را ۵ در نظر بگیریم، نمرات کسب شده توسط ۴۲۹ پاسخگو به‌قرار زیر است: تعداد ۲۳۱ نفر (۵۳,۸ درصد) سطح متوسط نمرات از سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید را کسب کرده‌اند، تعداد ۱۴۸ نفر (۳۴,۵ درصد) و تعداد ۵۰ نفر (۱۱,۷ درصد) به ترتیب سطح کم و سطح زیاد نمرات از سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید را دریافت کرده‌اند. همچنین قابل ذکر است که میانگین نمره‌ها ۵ برآورده شده است که از این رقم میانگین نمرات کسب شده توسط پاسخ‌گویان ۲,۷۴ بوده است که چند دهم از سطح متوسط بالاتر است.

۴- توصیف متغیر میزان فعالیت: منظور از میزان فعالیت زنان، حضورشان در شبکه‌های اجتماعی متعدد، وبلاگ و دیگر امکانات اینترنت است. شرکت در اعتراضات اینترنتی، جمع‌آوری امضا برای برخی فعالیت‌ها، عضو در صفحات گوناگون علمی و

دانشگاهی، عضویت در صفحات سرگرمی، شرکت در برخی انتخابات اینترنتی (سیاسی، هنری، فرهنگی و...) و شرکت در کارهای خیریه و کمک دوستانه (همچون جمع‌آوری کمک برای زلزله‌زدگان، زندانیان، کودکان سرطانی، کودکان کار و خیابانی و...) به‌عنوان تعداد فعالیت زنان در فضای سایبر در نظر گرفته شده است. گزینه میزان فعالیت‌ها به این صورت بود که پاسخگویان می‌توانستند چند گزینه را باهم انتخاب کنند که این تعداد در طبقه‌بندی کم، متوسط و زیاد جا داده شد تا بتوان همچون دیگر متغیرها به آگاهی از سطح فعالیت‌ها دست یافت. تعداد ۲۴۰ نفر (۵۵,۹ درصد) سطح متوسط نمرات از تعداد فعالیت در اینترنت را کسب کرده‌اند، تعداد ۹۷ نفر (۲۲,۶ درصد) و تعداد ۹۲ نفر (۲۱,۴ درصد) به ترتیب سطح «زیاد» و سطح «کم» نمرات از میزان فعالیت در اینترنت را دریافت کرده‌اند. همچنین قابل‌ذکر است که میانگین کل نمره‌ها فعالیت‌ها از ۲۲ برآورده شده است که از این رقم میانگین نمرات کسب‌شده توسط پاسخگویان ۹,۵۴ بوده که از سطح متوسط نیز پایین‌تر است.

۵- توصیف متغیر هدفمندی فعالیت در فضای سایبر: هدفمندی فعالیت هم به این صورت عملیاتی شده است که زنان چقدر از اینترنت برای ایجاد انگیزه در دیگران برای انجام دادن عملی، برای تأثیرگذاری بر راه‌های فکر کردن مردم، اشتراک‌گذاری دانش و مهارت برای دیگران، بیان خلاقانه خود و استفاده از اینترنت برای تکمیل فعالیت‌های آفلاین استفاده می‌کنند و چقدر برای سرگرمی. تعداد ۱۹۵ نفر (۴۵,۵ درصد) سطح «کم» نمرات از هدفمندی فعالیت در اینترنت را کسب کرده‌اند، تعداد ۱۸۴ نفر (۴۲,۹ درصد) و تعداد ۵۰ نفر (۱۱,۷ درصد) به ترتیب سطح «متوسط» و سطح «زیاد» نمرات از هدفمندی فعالیت در اینترنت را دریافت کرده‌اند. همچنین قابل‌ذکر است که میانگین کل نمره‌ها فعالیت‌ها از ۱۲ برآورده شده است که از این رقم میانگین نمرات کسب‌شده توسط پاسخگویان ۵,۰۵ بوده که از سطح متوسط نیز پایین‌تر است.

آزمون فرضیه‌ها

با توجه به این‌که سطوح سنجش متغیرهای وابسته و متغیر مستقل در فرضیات همبستگی، فاصله‌ای هستند، برای آزمون فرضیات از همبستگی پیرسون استفاده کرده‌ام. هدف کلی از اجرای این آزمون بررسی رابطه بین دو متغیر (مستقل و وابسته) در سطح فاصله‌ای است. این معیار، که با r نشان داده می‌شود، ضریبی است که دامنه‌اش از -1 تا $+1$ است مقدار $0,00$ گویای عدم رابطه میان دو متغیر و $+1$ رابطه مثبت کامل و -1 رابطه منفی یا معکوس کامل است (کورتز، ۱۳۸۴: ۳۱۱).

فرضیه شماره ۱: میزان فعالیت‌ها، توانمند شدن زنان در فضای سایبر را افزایش

می‌دهد.

جدول ۱- میزان فعالیت‌ها و توانمند شدن

متغیرها	میزان همبستگی پیرسون	سطح معناداری
میزان فعالیت‌ها و توانمند شدن	۰,۳۴۳	۰,۰۰۰

یافته‌های ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که بین توانمندی زنان در فضای سایبر و میزان فعالیت‌ها رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج آزمون پیرسون ضریب همبستگی به دست آمده ۰,۳۴۳ است که نشان‌دهنده وجود همبستگی در سطح متوسط و مستقیم میان توانمندی و تعداد فعالیت است، یعنی هر چه به میزان فعالیت‌ها در فضای سایبر اضافه شود، بر میزان توانمندشان فعالان سایبر زن نیز افزوده می‌شود. همان‌طور که در بخش توصیف یافته‌ها ارائه شد، حضور فعال در فضای سایبر با فعالیت‌هایی همچون شرکت در اعتراضات اینترنتی، جمع‌آوری امضا برای برخی فعالیت‌ها، عضو در صفحات گوناگون علمی و دانشگاهی، شرکت در برخی انتخابات اینترنتی و شرکت در کارهای خیریه و... در نظر گرفته شده است و به‌نوعی فعالیت‌های

مدنی سایبری است. این فعالیت‌ها و تنوع آن در طول زمان می‌تواند به توانمندی زنان بینجامد، به این صورت که زنان با انجام دادن این فعالیت‌ها و کسب تجربه بیشتر در این زمینه، عزت‌نفسشان برای انجام فعالیت‌های این‌چنینی تقویت می‌شود و در به فعلیت رساندن ظرفیت‌های بالقوه فضای سایبر برای مشارکت در عرصه‌های گوناگون اجتماع توانا می‌سازد.

فرضیه شماره ۲: میزان آشنایی نسبت به زنان فعال در عرصه‌های گوناگون اجتماع و توانمند شدن در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.

جدول ۲- میزان آشنایی نسبت به زنان فعال و توانمند شدن

متغیرها	میزان همبستگی	سطح معناداری
میزان آشنایی نسبت به زنان فعال و توانمند شدن	پیرسون .۴۲۷	.۰۰۰

یافته‌های ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که بین میزان آشنایی نسبت به فعالیت زنان در عرصه‌های گوناگون اجتماع و توانمندی زنان در فضای سایبر رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج آزمون پیرسون ضریب همبستگی به دست آمده ۰.۴۲۷ است که نشان‌دهنده وجود همبستگی در سطح متوسط و مستقیم میان میزان آشنایی و توانمندی است، یعنی هر چه آشنایی نسبت به فعالیت زنان در عرصه‌های گوناگون اجتماع بیشتر شود، بر میزان توانمندشان فعالان سایبر زن نیز افزوده می‌شود. آشنایی نسبت به فعالیت زنان در عرصه‌های گوناگون اجتماع در این مقاله این‌گونه عملیاتی شده است که زنان چقدر از فعالیت زنان تأثیرگذار و مهم در عرصه‌های گوناگون سیاسی، هنری، علمی، ورزشی و... اطلاع دارند. دلیل لحاظ کردن این مؤلفه از این جهت است که شناخت و آشنایی زنان از فعالیت دیگر زنان می‌تواند نشان از

اهمیت دادن و علاقه آن‌ها به حضور هم‌جنس خودشان در عرصه‌های اجتماع باشد. شاید بتوان گفت پیگیر بودن از فعالیت زنان در عرصه‌های گوناگون نشان از علاقه آن‌ها برای تأثیرگذار بودن نقش زن در عرصه‌های گوناگون باشد که می‌تواند انگیزه‌ای برای فعالیت در عرصه‌های گوناگون باشد. با پیگیری فعالیت دیگر زنان، به مؤثر بودن و حضور خودشان در فعالیت‌های گوناگون مدنی امیدوار می‌شوند، به عبارت دیگر به فعل خواستن و توانستن جامه عمل می‌پوشانند و با دیدن موفقیت و فعالیت آن‌ها، به داشته‌های و توانایی‌های خودشان آگاه می‌شوند. این می‌تواند انگیزه‌ای شود برای مشارکت آن‌ها در فضای سایبر تا بتوانند از طریق آن صدای خود را به گوش دیگران برسانند و هر آنچه را می‌خواهند بگویند و برایشان در جهان اجتماعی ممکن نیست، را با دیگران به اشتراک بگذارند.

فرضیه شماره ۳: هدفمندی فعالیت در اینترنت، توانمند شدن زنان در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.

جدول ۳- هدفمندی فعالیت و توانمند شدن

متغیرها	میزان همبستگی پیرسون	سطح معناداری
هدفمندی فعالیت و توانمند شدن	.۴۴۹	.۰۰۰

یافته‌های ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که بین هدفمندی فعالیت در اینترنت و توانمندی زنان در فضای سایبر رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج آزمون پیرسون ضریب همبستگی به دست آمده ۰.۴۴۹ است که نشان‌دهنده وجود همبستگی در سطح متوسط و مستقیم میان هدف و توانمندی است. شاخص‌های هدفمندی فعالیت به‌گونه‌ای تنظیم شده است که نشان داده شود که زنان چقدر می‌خواهند بر دیگران تأثیر بگذارند و برای این هدفمندی چه می‌کنند؟ به‌عنوان نمونه

هدفشان ایجاد انگیزه در دیگران برای انجام دادن عملی از طریق فراخوان دادن برای انجام فعالیتی و یا اشتراک‌گذاری برخی مطالب تولیدشده توسط خودشان و یا رهبران افکار و... می‌تواند باشد، همچنین داشتن هدف می‌تواند انگیزه شود برای توانمند شدن آن‌ها در استفاده از امکانات سایبری در جهت منافع خودشان.

فرضیه شماره ۴: سواد رسانه‌ای انتقادی زنان در بخش مصرف، توانمند شدن زنان در فضای سایبر را افزایش می‌دهد.

جدول ۴- سواد رسانه‌ای انتقادی مصرف و توانمند شدن

متغیرها	میزان همبستگی پیرسون	سطح معناداری
سواد رسانه‌ای انتقادی مصرف و توانمند شدن	.۲۶۰	.۰۰۰

یافته‌های ارائه‌شده در جدول بالا نشان می‌دهد که بین سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف و توانمندشان فعالان سایبر زن رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج آزمون پیرسون ضریب همبستگی به‌دست آمده $0/26$ است که نشان‌دهنده وجود همبستگی در سطح ضعیف و مستقیم میان سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف و توانمندشان است، یعنی هر چه به میزان سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش مصرف اضافه شود، بر میزان توانمندشان فعالان سایبر زن نیز افزوده می‌شود. سواد رسانه‌ای انتقادی مصرف، زنان را در کنترل و انتخاب پیام‌های رسانه‌ای و منابع و همچنین در تعامل با رسانه‌ها از طریق مطرح کردن بازخوردها نسبت به محصولات رسانه‌ای، توانمند می‌کند.

فرضیه شماره ۵: سواد رسانه‌ای انتقادی زنان در بخش تولید، توانمند شدن زنان را در فضای سایبر افزایش می‌دهد.

جدول ۵- سواد رسانه‌ای انتقادی تولید و توانمند شدن

متغیرها	میزان همبستگی	سطح معناداری
سواد رسانه‌ای انتقادی تولید و توانمند شدن	پیرسون .۶۰۲	.۰۰۰

یافته‌های ارائه شده در جدول بالا نشان می‌دهد که بین سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید و توانمندشان فعالان سایبر زن رابطه مثبت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج آزمون پیرسون ضریب همبستگی به دست آمده $0/602$ است که نشان‌دهنده وجود همبستگی در سطح قوی و مستقیم میان سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید و توانمندشان است، یعنی هر چه به میزان سواد رسانه‌ای انتقادی در بخش تولید اضافه شود، بر میزان توانمندشان فعالان سایبر زن نیز افزوده می‌شود. این مهارت می‌تواند زنان را در تولید محتوا و اشتراک مطالب برای مشارکت مستقیم و غیرمستقیم تولید محتوا توانمند سازد. زن دارای مهارت سواد رسانه‌ای انتقادی تولید، توانایی استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی در فضای سایبر را دارد، به این صورت که با تولید محتوا می‌تواند هر چند برای گروه دوستان به عنوان یک تولیدکننده نظر و ایده عمل کند و هر آنچه را که از طریق جریان اصلی رسانه‌ای بازتاب داده نمی‌شود را با دیگران به اشتراک بگذارد. در این صورت است که رسانه‌های اجتماعی معنا و عملکرد واقعی خود را پیدا می‌کند و تنها ابزاری برای سرگرمی در نظر گرفته نمی‌شود.

نتیجه‌گیری

توانمندی کلمه‌ای است که استفاده‌های زیادی از آن می‌شود و بسته به اینکه به چه منظور و یا در چه زمینه‌ای مطرح می‌شود، مؤلفه‌های متفاوتی برای آن در نظر گرفته می‌شود. توانمندی در مقابل سیل پیام‌های رسانه‌ای که روزانه به سوی مخاطبان‌ش

سرازیر می‌شود، می‌تواند این‌گونه تعریف شود که اگر افراد توانمند نباشند مقابل رسانه منفعل هستند؛ توانمندسازی آن‌ها را از حالت انفعالی خارج می‌کند و در تعامل با رسانه قرار می‌دهد و در نهایت آنچه که توسط رسانه‌ها ارائه می‌شود را می‌توانند به چالش بکشند و یا در کنار جریان اصلی رسانه‌ها، به تولید محتوا هرچند در سطح خرد و جزئی بپردازند. حال اینترنت این فرصت را به کاربران برای تولید محتوا و خارج شدن از حالت انفعالی می‌دهد تا فارغ از چارچوب‌ها و سلسله‌مراتبی که در دنیای واقعی وجود دارد، در فضایی تقریباً برابر و دموکراتیک، در جهت مؤثر بودنش قدم بردارد. البته همان‌طور که در این مقاله اشاره شد نظریه‌پردازان فمینیستی معتقدند که زنان از طریق اینترنت، صدا دار می‌شوند و می‌توانند حرف‌هایشان را به گوش دیگران برسانند اما این صدا دار شدن بدون تجزیه و تحلیل انتقادی کافی نیست. این فرض وجود دارد که تعاملات زنان با فناوری مانند اینترنت می‌تواند جریان اصلی رسانه‌ها و تحت سلطه نظام اجتماعی مرد محور را به چالش بکشد. این فرض زمانی عملیاتی می‌شود که زنان با داشتن مجموعه مهارت‌ها و دانش بدانند چگونه و با چه راهکارهایی با تولید محتوا این چالش را ایجاد کنند.

اینترنت تنها فرصت را در اختیار افراد قرار می‌دهد، چگونگی استفاده از فرصت و با چه هدفی به شخص کاربر برمی‌گردد. شخص در صورتی می‌تواند از امکان فرصتی که اینترنت در اختیار خود قرار داده است به نفع خود در جهت اهداف و علایقش پیش برد که توانایی استفاده از این فرصت را داشته باشد. فرد با داشتن مؤلفه‌هایی همچون دانش و مهارت لازم می‌تواند به‌طور مؤثر از اینترنت برای رساندن صدایش به گوش دیگران و شرکت در تولید محتوا استفاده کند و به‌نوعی این خود فرد است می‌تواند که قدرت اینترنت و رسانه‌های اجتماعی را مضاعف می‌کند و آن‌ها را قدرتمند می‌کند. بنابراین در مقاله حاضر، با توجه به بحث توانمندی و عنصر عاملیت، مؤلفه‌هایی که می‌تواند در جهت افزایش توانمندی زنان در فضای سایبر موردسنجش قرار گرفت. این سنجش از طریق ارسال پرسشنامه الکترونیکی بین زنان فعال در فضای سایبر انجام

گرفت. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد که هدفمندی فعالیت در فضای سایبر، میزان فعالیت در فضای سایبر، میزان آشنایی نسبت به زنان فعال در عرصه‌های گوناگون اجتماع، سواد رسانه‌ای انتقادی مصرف و تولید به توانمند شدن زنان در فضای سایبر می‌انجامد. آن‌ها با داشتن این مؤلفه‌ها می‌توانند از ظرفیت‌های بالقوه فضای سایبر برای مشارکت مستقیم و غیرمستقیم در تولید محتوا حداکثر استفاده را کنند.

منابع

- ابوت، پاملا؛ والاس، کلر. (۱۳۸۰)، *جامعه‌شناسی زنان*، ترجمه: منیژه نجم عراقی، تهران: نشر نی.
- استیونس، نیک. (۱۳۸۴)، رسانه‌های جدید و جامعه اطلاعاتی: شیلر، کاستلز، ویرلیو و فمینیسم سایبر، *فصلنامه رسانه*، شماره ۶۲.
- اعرابی، سیدمحمد؛ فیاضی، مرجان. (۱۳۸۵)، گونه‌شناسی دیدگاه‌ها و الگوهای توانمندسازی، *مطالعات مدیریت صنعتی*، شماره ۱۳.
- الهی فر، کبری. (۱۳۸۹)، روابط آنلاین کاربران اینترنتی ایرانی دارای معلولیت و تجربه توانمندسازی فردی و اجتماعی، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی*.
- برهانی، حوریه سادات؛ لالمی، شیده. (۱۳۸۸)، زنان، جامعه اطلاعاتی و شکاف جنسیتی، *نشریه فرهنگ*، شماره ۷۰.
- جباری، حبیب. (۱۳۸۴)، رویکردهای اجتماع‌محور، *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال پنجم، شماره ۱۸.
- شعبانعلی فمی، حسین؛ فلاح حقیقی، نگین؛ اسدی، علی؛ بیژنی، مسعود. (۱۳۸۹)، تحلیل جنسیتی مهارت‌های کاربری فناوری اطلاعات در امور ترویج کشاورزی استان گیلان، *زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)*، دوره ۸، شماره ۴.

- شکوری، علی؛ رفعت جاه، مریم؛ جعفری، معصومه. (۱۳۸۶)، مؤلفه‌های توانمندی زنان و تبیین عوامل مؤثر بر آن‌ها، پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۱.
- فرخی، طاهر. (۱۳۷۶)، نقش زنان در توسعه پایدار، تواناسازی زنان، ماهنامه تعاون، ش ۷۴.
- فرشباف، ساحل. (۱۳۸۹)، بازنمایی زیست جهان زنان در فضای وبلاگی ایران (با تاکید روزمره زنان و دختران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی.
- کتابی، محمود؛ یزدخواستی، بهجت؛ فرخی راستابی، زهرا. (۱۳۸۴)، پیش‌شرطها و موانع توانمندسازی زنان: مطالعه موردی زنان شهر اصفهان، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، جلد نوزدهم، شماره ۲.
- کورتز، نورمن. (۱۳۸۴). مقدمه‌ای بر آمار در علوم اجتماعی. ترجمه: حبیب‌الله تیموری، نشر: نی.
- منتظر قائم، مهدی؛ تاتار، عبدالعزیز. (۱۳۸۴)، اینترنت، سرمایه اجتماعی و گروه‌های خاموش، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۴.
- دواس، دی. ای. (۱۳۷۶)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه: هوشنگ نایی. تهران: نشر نی.

- Ashley, S, A, Maksel, A & Craft, S. (2013). Developing a News Media Literacy Scale. *Journalism & Mass Communication Educator* 68: 7.
- Bergsma, Lynda J. (2004). Empowerment Education: The Link between Media Literacy and Health Promotion. *American Behavioral Scientist* 48: 152.
- Brimacombe, T & Skuse, A. (2013). Gender, ICTs, and Indicators: Measuring Inequality and Change. *Gender Technology and Development* 17: 131.

- Craft, S., Maksl, A., & Ashley, S. (2013). "Measuring News Media Literacy How Knowledge and Motivation Combine to Create News-Literate Teens". Retrieved from http://scholarworks.boisestate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1062&context=communication_facpubs accessed 20 July 2013
- Gajjala, R & Mamidipudi, A. (1999). Cyberfeminism, technology, and international 'development', *Gender & Development*, 7:2, 8-16.
- Gruber, S. (2006). Communication Gone Wired: Working Toward a "Practiced" Cyberfeminism, *The Information Society: An International Journal*, 15:3, 199-208.
- Johnson, N. (2013). *Empowerment of Rural Women Through Media Literacy Education*. Available at: http://www.srjis.com/srjis_new/images/articles/47%20Dr.%20John.pdf
- Kellner, D & Share, J. (2005). Toward Critical Media Literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *studies in the cultural politics of education Vol. 26*, No. 3, September 2005, pp. 369_386.
- Linn, P. (1987). Gender Stereotypes, Technology Stereotypes. *Gender and Expertise*. Ed. M. McNeil. London: Free Association Books.
- Malhatra, S., R. schuler and C. Boender (2002). *Measuring Women's Empowerment as a Variable in International Development*, Available at: <http://www4.worldbank.org/afr/ssatp/resources/html/gender-rg>
- Sayers, T. (1998). *Cyberfeminism in Canada: Women, Women's Organizations, The Women's Movement and Internet Technology*. A thesis submitted to the Department of Sociology in conformity with the requirements for the degree of Master of Arts.

- Smitley, M. (2004). *Women and the Internet: Reflections on Cyberfeminism and a Virtual Public Sphere*, Available. at: <http://www.megansmitley.org/documents/meg-smitleyCyberfeminism.pdf>
- Van Zoonen, L. (2002). Gendering the Internet: Claims, Controversies and Cultures, *European Journal of Communication* 17: 5-23.

Archive of SID