

## Investigating Effect of Social Media and Networks on the Psychological Empowerment of Rural Women in Salmas Township

Rahim Kazemi<sup>1</sup>, Amir Naeimi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup> M. Sc. Graduate, Department of Extension, Communication and Rural Development, University of Zanjan, Zanjan, Iran

<sup>2</sup> Associate Professor, Department of Extension, Communication and Rural Development, University of Zanjan, Zanjan, Iran,  
Email: [a.naeimi@znu.ac.ir](mailto:a.naeimi@znu.ac.ir)

### Article Info

**Article type:**  
Research Full Paper

**Article history:**  
Received: 14.01.2023  
Revised: 11.07.2023  
Accepted: 14.08.2023

**Keywords:**  
Psychological  
Empowerment,  
Rural Women, Telegram,  
Instagram, Television

### ABSTRACT

This study was conducted to investigate the effect of social media and networks on the psychological empowerment of rural women in Salmas town. The research method was descriptive and correlation. The statistical population consisted of rural women in Salmas township located at West Azarbaijan. The statistical population of this study was 31996 rural women. The sample size calculated 382 via Krejcie and Morgan table. A multistage cluster sampling method was used to select the samples. The research instrument was a questionnaire which its face and content validity were confirmed a by panel of experts. The reliability of the questionnaire was confirmed via calculating the Cronbach's alpha (between 0.71-0.82). The research findings showed that there was significant difference between impact, meaningful and competence feeling of rural women in terms of access to the computer at home. Also, there was significant difference between impact feeling in terms of access to the internet at home. Findings of correlation analysis showed that there was negative and significant correlation between use of telegram, instagram, television by rural women and their meaningful feeling.

**Cite this article:** Kazemi, R. & Naeimi, A. (2023). Investigating Effect of Social Media and Networks on the Psychological Empowerment of Rural Women in Salmas Township. *Journal of Rural Development and Extension Studies*, 1 (1), 52-70.



© The Author(s).

Publisher: University of Zanjan

## بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی شهرستان سلماس

رحیم کاظمی<sup>۱</sup>، امیر نعیمی<sup>۲\*</sup>

<sup>۱</sup> دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

<sup>۲</sup> دانشیار گروه ترویج، ارتباطات و توسعه روستایی دانشگاه زنجان، زنجان، ایران. رایانامه: [a.naeimi@Znu.ac.ir](mailto:a.naeimi@Znu.ac.ir)

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله کامل علمی- پژوهشی	این مطالعه با هدف، تحلیل تأثیر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی شهرستان سلماس انجام گرفت. روش تحقیق مطالعه، توصیفی - همبستگی بود. جامعه آماری پژوهش، ۳۱۹۹۶ زن روستایی بودند. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۳۸۲ نفر به دست آمد. برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. ابزار تحقیق، پرسشنامه بود که روایی ظاهری و محتوایی آن با استفاده از نظرسنجی از متخصصان تأیید شد. پایایی پرسشنامه، از طریق محاسبه ضرایب آلفای کرونباخ (بین ۰/۷۱-۰/۸۲) مورد تأیید قرار گرفت. یافته‌های تحقیق نشان داد بین احساس تأثیر، معنی‌دار بودن و شایستگی زنان روستایی به لحاظ دسترسی به کامپیوتر در منزل تفاوت معنی‌داری وجود داشت. هم‌چنین بین احساس تأثیر زنان روستایی به لحاظ دسترسی به اینترنت در منزل تفاوت معنی‌داری وجود داشت. یافته‌های تحلیل همبستگی نشان داد میزان استفاده زنان روستایی از تلگرام، اینستاگرام و تلویزیون با احساس معنی‌داری آن‌ها همبستگی منفی و معنی‌داری داشت.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۴ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۲۳	
واژه‌های کلیدی: توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی، تلگرام، اینستاگرام، تلویزیون	

استناد: کاظمی، ر.، و نعیمی، ا. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی روان‌شناختی زنان روستایی شهرستان سلماس. *تحقیقات ترویج و توسعه روستایی*، ۱(۱)، ۷۰-۵۲.



استفاده از رسانه‌های نوین شرط لازم برای تغییر ساختار و ارتقای جایگاه در جوامع است و گسترش فناوری‌های ارتباطی باعث تغییر در شیوه‌های برقراری ارتباط در بین افراد جامعه می‌شود (مجیدی‌قهرودی و آذری، ۱۳۸۹، Sangeetha, et al 2016). اینترنت ابزار و فناوری نوینی است که قابلیت و امکان ارتباط جدیدی را در سطح جوامع به وجود آورده است. همان‌گونه که در رسانه‌های چاپی، سینما، رادیو و به‌ویژه تلویزیون، در دهه‌های ۵۰ و ۶۰ میلادی تحولاتی را در ارتباطات انسانی در سطح جوامع موجب شده‌اند، اینترنت نیز با فعالیت در فضای وب توانسته توان بالقوه مناسبی را برای تحول‌آفرینی این شبکه جهانی دنیا فراهم آورد (ساداتی و کوهی، ۱۳۹۲). گزارش پایگاه استیستیکا<sup>۱</sup> در آوریل ۲۰۲۳ نشان می‌دهد در سراسر جهان بیش از پنج میلیارد کاربر اینترنت وجود دارد که نزدیک ۶۵ درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند. از این مقدار حدود پنج میلیارد کاربر (۶۰ درصد) از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. در نروژ، عربستان سعودی و امارات متحده عربی ۹۹ درصد افراد از اینترنت استفاده می‌کنند و کره شمالی در رتبه آخر در این زمینه قرار دارد. آسیا بیشترین تعداد کاربر آنلاین (حدود سه میلیارد کاربر) را در سرتاسر جهان داشت. اروپا با حدود ۷۵۰ میلیون کاربر اینترنت در رتبه دوم قرار دارد. چین، هند و ایالات متحده از نظر تعداد کاربران اینترنت بالاتر از سایر کشورهای جهان هستند (Statistica, 2023). گزارش پایگاه دیتا ریپورتال<sup>۲</sup> در ژانویه ۲۰۲۳ نشان می‌دهد در ایران حدود ۷۰ میلیون کاربر اینترنت وجود دارد. ضریب نفوذ اینترنت ایران در ابتدای سال ۲۰۲۳ به ۷۸/۶ درصد از کل جمعیت رسید (DataReportal, 2023). بر اساس گزارش استیستیکا در ژانویه ۲۰۲۳. در اوایل سال ۲۰۲۳ در مجموع حدود ۱۲۷ میلیون اتصال تلفن همراه در ایران فعال بود که ۴۸ میلیون نفر (۵۴ درصد کل جمعیت) در ایران، کاربر شبکه‌های اجتماعی بودند (Statistica, 2023).

جهان امروزه تبدیل به یک دهکده‌ی جهانی شده و با استفاده از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی یکدیگر را به هم نزدیک‌تر می‌کنند و به آن‌ها کمک می‌کنند تا با یکدیگر در ارتباط باشند و افکار خود را در این گروه به اشتراک بگذارند (Gilbert and Karahalios, 2009). با گسترش اینترنت و به طبع آن شبکه‌های اجتماعی مجازی در اواخر دهه ۹۰ میلادی، در روند تکاملی خود تا سال ۲۰۰۳ و تاکنون به واسطه ایجاد امکان برقراری ارتباط سریع هم‌زمان و غیر هم‌زمان، دسترسی به حجم زیادی از اطلاعات و انتشار گسترده آن کاربردهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی بسیاری را در این دنیای جدید رقم‌زده و توجه میلیون‌ها کاربر را از سراسر دنیا به خود جلب نموده است. به دلیل رشد روزافزون تعداد اعضا و بعد تأثیرگذاری بر فضای واقعی، شبکه‌های اجتماعی اهمیت بسزایی یافته و در طی یک دهه از پدیده‌هایی موقتی به جهانی تبدیل شده‌اند (نیرومند و ذهابی، ۱۳۹۴). به دلیل اهمیت یافتن اطلاعات و ارتباطات و تغییر شیوه انتقال و ایجاد آن، جهان وارد عصر جدیدی شده است که در آن وجود فناوری‌های نوین به ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی امری حیاتی است. رشد حیرت‌انگیز شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی در یک دهه اخیر نشان از یک جامعه جدید با ساختار فرهنگی و اجتماعی جدید دارد جامعه‌ای که نمود آن حضور همه جایی و همه زمانی اینترنت است (خانیک و خجیر، ۱۳۹۸). افراد به دلایل بسیاری از جمله سرگرمی، ارتباط و جستجوی اطلاعات از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. قابل توجه است که نوجوانان و بزرگسالان جوان زمان

<sup>1</sup> Statistica

<sup>2</sup> Datareportal

فزاینده‌ای را در سایت‌های شبکه آنلاین، بازی‌های الکترونیکی، پیامک و سایر رسانه‌های اجتماعی صرف می‌کنند (Twenge and Campbell, 2019). هر شبکه اجتماعی، فرهنگ ارتباطاتی خاص خود را دارد؛ یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی برای خود برگزیده است، البته می‌توان شبکه‌هایی یافت که برای خود فرهنگ ارتباطاتی تقلیدی برگزیده‌اند. افراد با عضویت در هر شبکه اجتماعی، درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل برخورد، تکه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و غیره است. بی‌تردید میزان تأثیرپذیری فرد از این محیط، صفر مطلق نخواهد بود. پس هر شبکه اجتماعی هویت مطلوب خود را ترویج می‌کند (بخشی و همکاران، ۱۳۹۲). رسانه‌های اجتماعی به وبسایت‌ها و ابزارهای آنلاینی اطلاق می‌شوند که با فراهم کردن فرصت‌هایی برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات، نظرات و علاقه‌مندی‌ها، تعامل بین کاربران را تسهیل می‌کنند (Swar and Hameed, 2017).

اثرات استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر سرمایه اجتماعی توجه دانشمندان را به خود جلب کرده است و مطالعات اخیر رابطه مثبت بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی را برجسته کرده‌اند (Brown and Michinov, 2019; Tefertiller et al., 2020). زنان نیمی از افراد هر جامعه را تشکیل می‌دهند و جامعه‌ای که بخواهد نسلی بارور و پویا در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تربیت کند طبعاً نیازمند نیروی عظیمی از جامعه یعنی زنان خواهد بود. در طول تاریخ زنان روستایی از لحاظ شرایط اجتماعی و اقتصادی در سطح پایین‌تری نسبت به مردان قرار داشته‌اند. این تضاد بین زنان و مردان روستایی را می‌توان در سطح سواد، تحصیلات، فرصت‌های شغلی، کنترل بر دارایی و اموال و مشارکت در صحنه‌های سیاسی مشاهده نمود. (قنبری و انصاری، ۱۳۹۴ و Hoque and Itohara, 2009). زنان را می‌توان از جمله گروه‌های اجتماعی تأثیرگذار در زندگی روستایی به شمار آورد. وضعیت زن در خانواده روستایی به گونه‌ای است که خانه‌داری و کارهای تولیدی را باهم انجام می‌دهد. زن روستایی در عین حال که خانه‌دار است و در نگهداری و تعلیم و تربیت اطفال وظیفه مهمی بر عهده دارد، در امور زراعی، پرورش دام و طیور، صنایع دستی و گاه در فروش محصول و خرید مایحتاج خانواده فعالیت‌های مختلفی را انجام می‌دهد؛ بنابراین افزایش مهارت‌های آموزشی زن روستایی می‌تواند نقش مهمی در ارتقای وضعیت اقتصادی و اجتماعی خانوار روستایی و در نتیجه زندگی روستایی داشته باشد. این در حالی است درصد بالایی از زنان روستایی از فقدان یا کمبود فرصت‌های مناسب جهت دستیابی به آموزش، استخدام و خدمات اجتماعی در وضع مطلوبی به سر نمی‌برند (Akca et al., 2007; Shanmuga and Sakthi, 2015, Swain and Wallentin, 2016). نتایج برخی پژوهش‌ها تأثیر معنادار مشارکت رسانه‌های اجتماعی بر کارآفرینان زن را نسبت به قصد کارآفرینی دیجیتالی آن‌ها تأیید می‌کند که بر توانمندی روان‌شناختی آن‌ها تأثیر بیشتری می‌گذارد (and Biswal, 2023 Chakraborty). در این بین با اتخاذ تدابیر و راهبردهای هوشمندانه در راستای توجه بیشتر به نقش زنان، می‌توان به اصلاح شرایط موجود پرداخت، یکی از راه‌کارهایی که می‌تواند وضع موجود را اصلاح نماید، توانمندسازی زنان روستایی می‌باشد. از توانمندسازی می‌توان به‌عنوان یک ضرورت کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه نام برد که بسیاری از معایب توسعه را بر طرف کرده و به رشد و پیشرفت زنان کمک چشم‌گیری می‌نماید (فقیری، زرافشانی و علی‌بیگی ۱۳۹۳. Sangeetha et al Abdul et al 2016. Shahna and Ingrid-Ute, 2004). (2016).

استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی کارآفرینانه به‌عنوان راهی برای کسب توانمندی روانی از طریق کارآفرینی زنان اهمیت فزاینده‌ای پیدا می‌کند. مشارکت زنان کارآفرین در شبکه‌های اجتماعی روند رو به افزایشی داشته است

(Chakraborty, 2023 and Biswal). در سال‌های اخیر، مفهوم توانمندسازی بخش جدایی‌ناپذیر سیاست سازمان‌های غیردولتی و توسعه برای حمایت از توسعه‌ی روستایی و کشاورزی گردیده است (Ozbas and Tel, 2015). توانمندسازی به معنای قدرت بخشیدن است و این یعنی به افراد کمک کنیم تا احساس اعتمادبه‌نفس خود را بهبود بخشیده و بر ناتوانی یا درماندگی خود چیره شده و با ایجاد شور و شوق و ایجاد انگیزه‌های درونی برای انجام وظیفه بسپنج کنیم. (Blanchard, 2003). توانمندسازی به عنوان امری ضروری جهت توانمند شدن افراد کم‌درآمد برای رسیدن به حقوق خود از طریق دستیابی و کنترل بر منابع طبیعی سازمان‌های موجود و تغییر یافته تعریف می‌شود، هم‌چنین از توانمندسازی به‌عنوان فرآیندی که در آن افراد و گروه‌ها بر مسائل و مشکلاتی که با آن روبه‌رو هستند و می‌توانند بر این مسائل و مشکلات کنترل نمایند یاد می‌شود (کیمیائی، ۱۳۹۰).

توانمندسازی روانشناختی به عنوان یکی از رویکردهای توانمندسازی، عبارت است از میزان ارزشمندی هدف‌های کاری و قضاوت در ارتباط با آرمان‌های فردی و یا استانداردها. معنی و مفهوم شامل تناسب بین الزامات و مقتضیات نقش کار با عقاید، ارزش‌ها و رفتارها می‌باشد. رویکرد توانمندسازی روانشناختی، دارای چهار مؤلفه (شایستگی، خود تعینی، مؤثر بودن و معنی دار بودن) می‌باشد که احساس درونی فرد را در رابطه با کاری که انجام می‌دهد نشان می‌دهند. اسپریتزر<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) یکی از صاحب‌نظران مشهور در زمینه توانمندسازی از این چهار مؤلفه برای سنجش توانمندسازی استفاده کرده است. بر اساس نظریه‌ی اسپریتزر توانمندسازی روانشناختی یک مفهوم انگیزشی است که شامل چهار بعد: احساس شایستگی، احساس آزادی عمل (خود تعینی)، احساس معنی دار بودن و احساس مؤثر بودن می‌باشد. که این ابعاد انعکاس‌دهنده ادراکات فرد نسبت به نقش خویش در شغل و سازمان می‌باشد (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۵، چرمچیان‌لنگرودی و علی‌بیگی، ۱۳۹۲، Tayde and Chole, 2010، Spreitzer, 1996). می‌شرا<sup>۲</sup> (۱۹۹۲) نیز مؤلفه اعتماد را به ابعاد چهارگانه اضافه نمود که در مطالعات مختلف از این پنج مؤلفه برای سنجش توانمندسازی روانشناختی استفاده شده است. توماس و ولتهوس<sup>۳</sup> توانمندسازی روانشناختی را مفهوم چندبعدی می‌دانند و آن به‌عنوان فرآیند افزایش انگیزش درونی انجام وظیفه تعریف کرده‌اند و علاوه بر معنی‌داری، سه حوزه دیگر شناختی خود تعینی، معنی دار بودن و مؤثر بودن را نیز شامل می‌شود (حسینی‌نسب و همکاران، ۱۳۸۹). در این تحقیق جهت سنجش توانمندسازی روانشناختی از شاخص‌های ارائه شده توسط اسپریتزر و می‌شرا شامل: شایستگی<sup>۴</sup>، تأثیر<sup>۵</sup>، خود تعینی<sup>۶</sup>، معنی‌داری<sup>۷</sup> و اعتماد<sup>۸</sup> استفاده شد. شایستگی به آن معنا است که افراد اعتقاد دارند که مهارت توانایی لازم برای انجام کارهای خود را دارند. هم‌چنین معنی‌داری به معنای با ارزش بودن کاری که توسط افراد توانمند شده انجام می‌شود، تعریف شده است. خود تعینی به معنی احساس آزادی افراد در مورد چگونگی انجام کارهای خود می‌باشد. تأثیر به معنای آن است که به افراد اجازه داده شود تا اینکه تأثیر واقعی بر محیط اطراف خود داشته باشند و

<sup>1</sup> Spritzer

<sup>2</sup> Mishra

<sup>3</sup> Thomas & Velthouse

<sup>4</sup> Competence

<sup>5</sup> Impact

<sup>6</sup> Self-determination

<sup>7</sup> Meaning

<sup>8</sup> Confidence

نیز به آن‌ها در رابطه با اینکه تصمیماتشان لحاظ شود، اطمینان داده شود. اعتماد به معنی آن است که افراد احساس کنند با آن‌ها منصفانه و یکسان برخورد خواهد شد (اعظمی و همکاران ۱۳۹۵، چرمچیان لنگرودی و علی بیگی، ۱۳۹۲). در تحقیقی بیان شده است استفاده فعال از رسانه‌های اجتماعی، توانمندی درون فردی (تعاملی) مادر را افزایش می‌دهد. همچنین تفاوت‌های بین فرهنگی در تأثیر توانمندسازی روان‌شناختی بر هزینه‌های آموزشی نقش دارند (Vijayalakshmi and Lin, 2022).

نتایج پژوهش Golrod et al. (2017) بیانگر نقش مثبت و معنادار شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین بر هوشیاری کارآفرینانه و انگیزش شغلی آن‌ها می‌باشد. همچنین نتیجه گرفته شد که شبکه‌های اجتماعی زنان کارآفرین نقش غیرمستقیم بر انگیزش شغلی از طریق متغیر میانجی هوشیاری کارآفرینانه دارد. نتایج پژوهش (2017) Vardhan نشان داد که اگرچه رسانه‌های اجتماعی به توانمندسازی زنان کمک می‌کند، اما شکاف جنسیتی مجازی ناشی از عدم سواد، جرائم اینترنتی، سوءاستفاده اینترنتی و غیره است و زنان قادر به استفاده کامل از فضای جدید نیستند.

Ukperere and Ukperere (2014) در پژوهش خود دریافت که شبکه‌های اجتماعی نوین به کاهش استفاده از رسانه‌های سنتی نظیر تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و مجلات در بین زنان منجر گردید و این شبکه‌ها از طریق گروه‌ها و به اشتراک‌گذاری یافته‌های جدید باعث افزایش توانمندی زنان می‌گردد. با توجه به یافته‌های (2013) Asif توانمندسازی زنان باعث بهبود توسعه‌ی جامعه شده و در این بین نقش رسانه‌های اجتماعی برای تقویت توانمندسازی بسیار مهم و قابل توجه می‌باشد. استیک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود به یک تأثیر غیرمستقیم مثبت استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر رفاه روان‌شناختی اشاره کرده‌اند که عمدتاً به دلیل تأثیر مثبت پیوند سرمایه اجتماعی بین دو متغیر است. این محققان به این نتیجه رسیدند که هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر روی رفاه روان‌شناختی در کنار هم وجود دارند.

Chen (2002) فرصت‌های نوین برای توانمندسازی روان‌شناختی، اجتماعی و سیاسی و نیز بهبود وضعیت شاخص‌های کیفیت زندگی در مناطق روستایی را از اثرات توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی در مناطق روستایی به شمار آورد. نتایج پژوهش مجیدی قهرودی و آذری (۱۳۸۹) مبین این بود که اینترنت امکان حضور زنان را بدون محدودیت زمانی و مکانی فراهم می‌کند و باعث می‌شود حس استقلال و اعتمادبه‌نفس آنان بالا برود. زنان با حضور در فضای مجازی، جنبه‌های شخصی و رویدادهای زندگی خود را منعکس می‌کنند و این باعث کاهش انزوای اجتماعی و تعاملات زنان با عقاید مشابه هم می‌شود. زنان با حضور در اینترنت، سطح دانش و آگاهی خود را بالا می‌برند و خود را عضوی از جامعه اطلاعاتی می‌دانند. آنان با استفاده از فرصت‌هایی که اینترنت برایشان فراهم می‌کند و با ایجاد تحرک اجتماعی و تغییر عقاید و اندیشه‌های سنتی می‌توانند حضور و مشارکت خود را در جامعه افزایش دهند و در نتیجه نقش و جایگاه واقعی خود را در جامعه تثبیت کنند. همچنین تأثیر اینترنت را در زمینه اجتماعی از سه بعد کارکرد خانواده، فعالیت‌های اوقات فراغت، آزادی‌های مدنی و پنهان‌کاری مورد بررسی قرارداد. در مورد کارکرد خانواده، فعالیت با اعضای خانواده است که بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری به وجود می‌آورد. در مورد اوقات فراغت، سه متغیر از پنج متغیر روزنامه خواندن، گوش دادن به رادیو و تماشای تلویزیون، ارتباط با دوستان در بین استفاده‌کنندگان و کسانی که از اینترنت استفاده نمی‌کنند تفاوت معنی‌داری دارد. تأثیر بر آزادی‌های مدنی مربوط

به خشونت و محتوای وقیح و به دست آوردن نوع دوستان است که در بین استفاده‌کنندگان و عدم استفاده‌کنندگان تفاوت معنی‌داری وجود دارد. نتایج تحقیق سواری، شعبانعلی‌فمی و شریف‌زاده (۱۳۹۲) نتایج نشان داد رابطه مثبت و معناداری، بین منابع و کانال‌های ارتباطی و اطلاعاتی (محلی، ملی، بین‌المللی) با توانمندسازی زنان روستایی وجود دارد. یافته‌های علی‌خواه و همکاران (۱۳۹۶) بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش سطح ارتباطات و روابط اجتماعی زنان و افزایش نسبی مشارکت و نیز آگاهی آنان از مسائل مختلف اجتماعی، فرهنگی، علمی و آموزشی می‌شود. وجود مسائلی چون نظام مردسالارانه، فقدان مهارت کافی، نبود احساس امنیت در فضای مجازی، بی‌سوادی و نداشتن مهارت رسانه‌ای کافی بین زنان، ادعای نظریه سایبرفمینیسم در خصوص توانمندسازی و حضور فعالانه و مثبت زنان در فضای مجازی را در نمونه‌های موردنظر مقاله تا اندازه‌ای به چالش می‌کشد. سیدزاده طلائی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود نشان دادند که شبکه‌های اجتماعی و مجازی و مشارکت بر محرومیت اجتماعی مؤثر است به طوری که با افزایش هر یک از این عوامل محرومیت اجتماعی کاهش یافته و بالعکس عوامل مذکور ۲۲ درصد از محرومیت اجتماعی زنان را تبیین می‌کنند. میزان اثرگذاری مشارکت بر محرومیت اجتماعی قوی‌تر از بقیه عوامل است.

آقاسی و فلاح (۱۳۹۵) در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث تغییر روابط می‌شود. این تغییر در بین مجردها، غیر شاغلان و کمتر تحصیل کرده‌ها بیشتر از متأهلین، شاغلان و تحصیل کرده‌ها بوده است. همچنین یافته‌ها نشان داده است که هر چه استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین کاربران بیشتر شود روابط عاطفی بین اعضای خانواده کمتر می‌شود.

با توجه به یافته‌های تحقیق شیرافکن و همکاران (۱۳۹۴) عواملی نظیر قابلیت دسترسی، قابلیت مشارکت، میزان آشنایی با فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، میزان دسترسی به این فناوری‌ها و سن رابطه معنی‌داری با متغیر توانمندسازی اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی زنان استان تهران داشتند. همچنین نتایج رگرسیون چندگانه نشان داد که متغیرهای میزان آشنایی با فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و قابلیت دسترسی نقش مثبتی در میزان توانمندسازی اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی زنان استان تهران داشته و ۵۵/۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین کرده‌اند.

نتایج تحقیق تاج‌الدین و رحمتی‌والا (۱۳۹۳) نشان داد که متغیرهای مستقل تحقیق شامل برنامه‌های آموزشی، پیام‌های تبلیغاتی، برنامه‌های اوقات فراغت، افزایش آگاهی و الگوسازی رسانه‌ی ملی با متغیر وابسته یعنی توانمندسازی زنان سرپرست خانوار رابطه داشتند. به عبارت دیگر تمامی برنامه‌های آموزشی، پیام‌های تبلیغاتی، برنامه‌های اوقات فراغت، برنامه‌های افزایش آگاهی و برنامه‌های الگوسازی در توانمندسازی زنان تأثیرگذار بود که حاکی از آن است که متغیرهای مستقل توانستند ۴۲ درصد از تغییرات توانمندسازی زنان سرپرست خانوار را تبیین نمایند. نتایج مطالعات ساداتی و کوهی (۱۳۹۲) نشان داد که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تا حدی زمان تماشای تلویزیون را کاهش داده اما توانسته است با رسانه‌های چاپی، سینما، وبلاگ نویسی، ایمیل و وب‌گردی رابطه معنی‌داری برقرار کند.

عنابستانی و وزیر (۱۳۹۰)، در پژوهش خود نشان دادند که فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه‌ی روستایی می‌تواند آثار مثبتی در ابعاد گوناگون اجتماعی، اقتصادی و کالبدی بر جای گذارد به اعتقاد فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۸۸) زنان در سطح بالای استفاده از فناوری، دارای توانمندی بیشتری هستند. در ابعاد توانمندی (اقتصادی،

اجتماعی، روانشناختی، سیاسی و روانی) نیز تأثیرات ICT<sup>1</sup> بر روی ابعاد فردی و روانی مشهودتر است. از طرفی، استفاده از فناوری رابطه معنی‌داری با تغییر نگرش زنان به نقش خودشان در جامعه روستایی نشان می‌دهد. شهرستان سلماس با جمعیتی بالغ بر ۱۹۶۵۴۶ نفر یکی از شهرستان‌های شمالی استان آذربایجان می‌باشد. جمعیت روستایی شهرستان ۹۵۱۰۶ نفر می‌باشد، تعداد زنان روستایی آن ۴۶۴۳۳ نفر است (سایت مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). در شهرستان سلماس به دلیل اینکه این شهرستان در منطقه‌ای مرزی و محروم واقع شده توجه به قشر زنان که تشکیل‌دهنده‌ی نیمی از افراد جامعه هستند فراموش شده و برای مشارکت زنان روستایی منطقه در تمامی زمینه‌ها هیچ‌گونه طرح و برنامه‌ای از طرف ارگان‌ها و نهادهای مرتبط صورت نگرفته، بنابراین در برنامه‌های توسعه‌ی روستایی، مشارکت زنان در سطح تصمیم‌گیری باید مورد توجه قرار گرفته و مساله‌ای که در این زمینه وجود دارد این است که تأثیر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس تبیین نشده است. لذا این تحقیق با هدف تأثیر استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس، انجام می‌گردد؛ بنابراین چارچوب مفهومی تحقیق تدوین شد (شکل ۱) و آزمون فرضیه‌های ذیل مدنظر نویسندگان قرار گرفت:

بین مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس بر اساس دسترسی به کامپیوتر در منزل تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

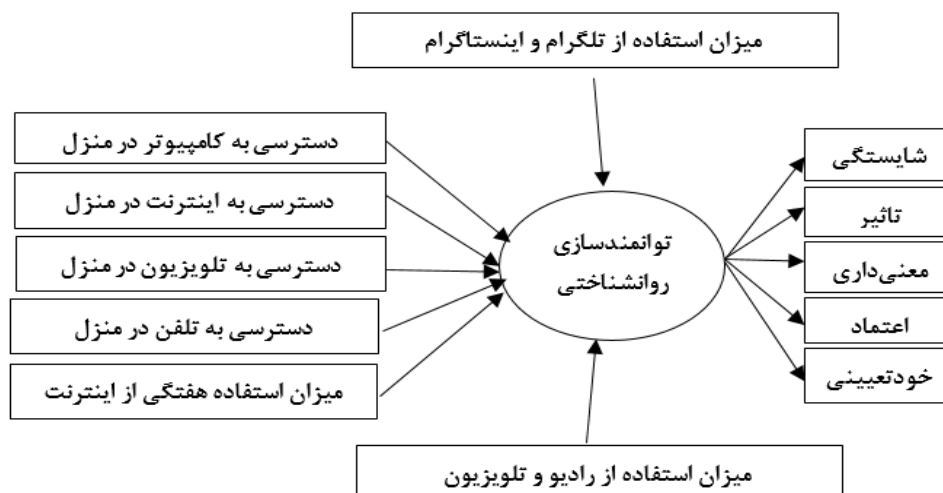
بین مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس بر اساس دسترسی به اینترنت در منزل تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

بین مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس بر اساس دسترسی به تلویزیون در منزل تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

بین مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس بر اساس دسترسی به تلفن در منزل تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

همبستگی معنی‌داری بین ویژگی‌های فردی زنان روستایی (میزان استفاده از تلگرام و اینستاگرام، میزان استفاده از تلویزیون و رادیو، میزان استفاده‌ی هفتگی از اینترنت) شهرستان سلماس و توانمندسازی روانشناختی وجود دارد.





شکل ۱. چارچوب مفهومی تحقیق

### روش پژوهش

تحقیق حاضر دارای ماهیت کمی است که از نظر هدف جزء تحقیقات کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها جزء تحقیقات توصیفی - همبستگی به شمار می‌رود. جامعه آماری تحقیق را زنان روستایی بالای ۱۵ سال شهرستان سلماس تشکیل دادند که بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ تعداد آن‌ها ۳۱۹۹۶ نفر به دست آمد. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان اساس ۳۸۲ نفر برآورد شد. برای انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. شهرستان سلماس دارای دو بخش مرکزی و کوهسار می‌باشد که بخش کوهسار شامل سه دهستان چهریق، شناتال و شپیران با ۴۱ روستا و بخش مرکزی شامل چهار دهستان زولاچای، کره‌سنی، کناربروژ و لکستان با ۶۹ روستا می‌باشد. در مرحله اول از میان هفت دهستان این شهرستان به صورت تصادفی چهار دهستان به عنوان خوشه‌های آماری انتخاب شد. در مرحله دوم از هر دهستان (خوشه مرحله اول)، به صورت تصادفی پنج روستا (هر روستا به عنوان یک خوشه در مرحله دوم) انتخاب گردید و در مرحله سوم نمونه‌ها به صورت متناسب از هر روستا به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها در این تحقیق پرسشنامه بود که از دو بخش مشخصه‌های جمعیت شناختی زنان روستایی و توانمندسازی روانشناختی تشکیل شد. پس از بررسی مطالعات مختلف و مرتبط صورت‌گرفته با موضوع، برای تدوین پرسشنامه توانمندسازی روانشناختی از مطالعه چرمچیان لنگرودی و علی‌بیگی (۱۳۹۲) بهره گرفته شد و سؤال‌های بخش جمعیت شناختی پرسشنامه تدوین شد. روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه با نظر کارشناسان و متخصصان در زمینه موضوع موردپژوهش، مورد تأیید قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزار تحقیق پیش‌آزمون میان ۳۰ نفر از زنان روستای کلشان انجام گرفت که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه‌شده برای مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی در حد مناسب بود (جدول ۱). پرسشنامه‌ها به صورت دستی و مصاحبه حضوری توسط محققان توزیع و جمع‌آوری شد و در نهایت ۳۴۲ پرسشنامه با نرخ بازگشت‌پذیری حدود ۹۰ درصد جمع‌آوری شد. داده‌های گردآوری‌شده از طریق نرم‌افزارهای SPSS تجزیه و تحلیل شدند. در بخش آمار توصیفی، برای توصیف فراوانی پاسخ‌های افراد مورد مطالعه در رابطه با هر یک از متغیرهای تحقیق از روش فاصله انحراف معیار از میانگین<sup>۱</sup>

<sup>1</sup>Interval Standard Deviation from Mean: ISDM

استفاده شد. طبق این فرمول پاسخ‌های افراد با توجه به طیف لیکرت مورد استفاده بر حسب سطوح پایین، متوسط و بالا به صورت ذیل دسته‌بندی شد (Gangadharappa et al 2007):

سطح پایین =  $A \leq \text{Mean} - \text{Sd}$ ؛

سطح متوسط =  $\text{Mean} - \text{Sd} \leq B \leq \text{Mean} + \text{Sd}$ ؛

سطح بالا =  $\text{Mean} + \text{Sd} \leq C$ .

جدول ۱- بخش‌های مختلف پرسشنامه به همراه تعداد گویه‌ها و مقدار آلفای کرونباخ

بخش	زیربخش	تعداد سوال‌ها	مقیاس سنجش	مقدار آلفای کرونباخ
ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	-	۱۳	بر اساس مقیاس‌های اسمی و نسبی	-
توانمندسازی روانشناختی	شایستگی	۶	طیف لیکرت ۵ سطحی (خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵)	۰/۷۷
	تأثیر	۵		۰/۷۱
	معنی‌داری	۶		۰/۸۲
	اعتماد به نفس	۵		۰/۷۴
	خودتعیینی	۶		۰/۷۷

## یافته‌های پژوهش

### توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی زنان روستایی مورد مطالعه

نتایج نشان داد میانگین سنی پاسخگویان ۳۹/۱۹ سال بوده که جوان‌ترین پاسخگو ۱۵ سال و مسن‌ترین آن‌ها ۷۸ سال سن داشت. میزان تحصیلات پاسخگویان ۱۹/۳ درصد، (۶۶ نفر) از پاسخ‌دهندگان را بی‌سواد، ۴۷/۱ درصد، (۱۶۱ نفر) از پاسخگویان دارای سطح سواد زیر دیپلم، ۱۷/۰ درصد (۵۸ نفر) از پاسخگویان دارای سطح سواد دیپلم و ۱۶/۷ درصد (۵۷ نفر) از پاسخگویان دارای سطح سواد فوق‌دیپلم و بالاتر بودند. میزان دسترسی به وسایل ارتباط جمعی و انبوهی در بین پاسخگویان عبارت است از ۹۷/۷ درصد (۳۳۴ نفر) دسترسی به تلویزیون، ۴۶/۸ درصد (۱۶۰ نفر) دسترسی به ماهواره، ۳۰/۴ درصد (۱۰۴ نفر) دسترسی به کامپیوتر، ۲۸/۱ درصد (۹۶ نفر) دسترسی به اینترنت و ۹۳/۰ درصد (۳۱۸ نفر) به تلفن دسترسی دارند. از میان پاسخگویان ۴۲/۳ درصد (۱۴۳ نفر) در شبکه‌های اجتماعی از قبیل اینستاگرام و تلگرام عضو بوده و مابقی یعنی، ۵۷/۷ درصد (۱۹۵ نفر) در این شبکه‌ها عضو نمی‌باشند و همچنین میزان استفاده روزانه از این شبکه‌های اجتماعی (تلگرام)، عبارت است از ۵۱/۸ درصد (۷۴ نفر) روزانه بین سه ساعت و کمتر از تلگرام، ۳۱/۵ درصد (۴۵ نفر) بین ۴ تا ۸ ساعت و ۱۶/۷ (۱۸ نفر) بیشتر از نه ساعت از این شبکه استفاده می‌کنند که کمترین استفاده‌کننده از تلگرام، روزانه ۰/۵ ساعت و بیشترین استفاده‌کننده از تلگرام، روزانه ۱۶ ساعت بوده و همچنین میزان استفاده روزانه پاسخگویان از اینستاگرام عبارت است از ۵۳/۰ (۷۶ نفر) بین ۳ ساعت و کمتر، ۸/۰ درصد (۱۱ نفر) بین ۴ تا ۸ ساعت و ۳۹/۰ درصد (۵۶ نفر) بیشتر از نه ساعت در روز از شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند. در بین پاسخگویان ۱۴۷ نفر روزانه به برنامه‌های رادیویی گوش می‌دادند که توزیع فراوانی آن‌ها به ترتیب، ۸۱/۶ درصد (۱۲۰ نفر) کمتر از ۲ ساعت در روز، ۱۴/۹ درصد (۲۲ نفر) بین ۳ تا ۵ ساعت در روز و ۳/۵ درصد (۵ نفر) بیش از ۵ ساعت در روز به رادیو گوش می‌دهند؛ که کمترین آن‌ها روزانه ۰/۴۵ دقیقه و بیش‌ترینشان روزانه نزدیک به ۷ ساعت به رادیو گوش می‌دهند. میزان استفاده روزانه پاسخگویان از تلویزیون پرسیده شد که ۲۴/۹ درصد (۸۴ نفر) روزانه کمتر از ۲ ساعت، ۴۶/۷ درصد (۱۵۸ نفر) روزانه بین ۳ تا ۵ ساعت، ۲۴/۳ درصد (۸۲ نفر) روزانه بین ۶ تا ۱۰

ساعت و ۴/۱ درصد (۱۴ نفر) روزانه بیش از ۱۱ ساعت از برنامه‌های تلویزیون استفاده می‌کنند که در این بین کمترین استفاده‌کننده روزانه با ۰/۵ ساعت و بیشترین آن‌ها روزانه با ۱۶ ساعت استفاده از برنامه‌های تلویزیون قرار دارند. میزان استفاده هفتگی از اینترنت از پاسخگویان پرسیده شد که ۱۰۶ نفر از پاسخگویان از اینترنت استفاده می‌کردند که بر این اساس، ۱۹/۹ درصد (۲۱ نفر) کمتر از ۲ ساعت در هفته، ۱۹/۸ درصد (۲۱ نفر) بین ۳ تا ۵ ساعت در هفته، ۳۵/۸ درصد (۳۸ نفر) بین ۶ تا ۱۰ ساعت در هفته و ۲۴/۶ درصد (۲۶ نفر) بیشتر از ۱۰ ساعت در هفته از اینترنت استفاده می‌کردند که کمترین آن‌ها با ۲۰ دقیقه و بیشترین استفاده‌کننده با ۴۸ ساعت استفاده در هفته از اینترنت می‌باشد (جدول ۲).

#### توصیف سطوح مؤلفه‌های توانمندی روانشناختی پاسخگویان بر اساس شاخص ISDM

نتایج حاصل از سطح‌بندی مؤلفه‌های توانمندی روانشناختی بر اساس شاخص تفاوت انحراف معیار از میانگین، در سه سطح بالا، متوسط و پایین در جدول ۳ نشان داده شده است. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد بیشترین فراوانی در مورد پنج مؤلفه توانمندی روانشناختی در سطح متوسط به دست آمد.

جدول ۲- توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان

متغیر	سطوح متغیر	فراوانی	درصد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سن (سال)	کمتر از ۲۰ سال	۲۹	۸/۵	۳۹/۱۹	۱۳/۷۸	۱۵	۷۸
	بین ۲۱ تا ۴۰ سال	۱۷۸	۵۲				
	بین ۴۱ تا ۶۰ سال	۱۱۱	۳۲/۵				
	بالتر از ۶۱ سال	۲۴	۷				
	جمع کل	۳۴۲	۱۰۰				
تحصیلات پاسخگویان	بی‌سواد	۶۶	۱۹/۳	۵۶	۱۶/۱	۵۸	۱۶۷
	زیر دیپلم	۱۶۱	۴۷/۱				
	دیپلم	۵۸	۱۷/۰				
	فوق دیپلم و بالاتر	۵۶	۱۶/۷				
	جمع کل	۳۴۱	۱۰۰				
تلویزیون	بله	۲۳۴	۹۷/۷	۷۰	۲/۳	۳۴۱	۱۰۰
	خیر	۷۰	۲۰/۳				
	جمع کل	۳۴۱	۱۰۰				
ماهواره	بله	۱۶۰	۴۶/۸	۱۸۲	۵۳/۲	۳۴۲	۱۰۰
	خیر	۱۸۲	۵۳/۲				
	جمع کل	۳۴۲	۱۰۰				
وسایل انبوهی و ارتباط جمعی	بله	۱۰۴	۳۰/۴	۲۳۸	۶۹/۶	۳۴۲	۱۰۰
	خیر	۲۳۸	۶۹/۶				
	جمع کل	۳۴۲	۱۰۰				
اینترنت	بله	۹۶	۲۸/۱	۲۴۶	۷۱/۹	۳۴۲	۱۰۰
	خیر	۲۴۶	۷۱/۹				
	جمع کل	۳۴۲	۱۰۰				
تلفن	بله	۳۱۸	۹۳/۰	۲۴	۷/۰	۳۴۲	۱۰۰
	خیر	۲۴	۷/۰				
	جمع کل	۳۴۲	۱۰۰				
عضویت در شبکه‌های اجتماعی (تلگرام و اینستاگرام)	عضو می‌باشم	۱۴۳	۴۲/۳	۱۹۵	۵۷/۷	۳۳۸	۱۰۰
	عضو نمی‌باشم	۱۹۵	۵۷/۷				
	جمع کل	۳۳۸	۱۰۰				
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تلگرام یا اینستاگرام) در شبانه‌روز	کمتر از ۳ ساعت	۷۴	۵۱/۸	۲/۴۳	۳۱/۵	۱۳۷	۱۰۰
	بین ۴ تا ۸ ساعت	۴۵	۳۱/۵				
	بیشتر از ۸ ساعت	۱۸	۱۶/۷				
	جمع کل	۱۳۷	۱۰۰				
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تلگرام یا اینستاگرام) در شبانه‌روز	کمتر از ۳ ساعت	۷۶	۵۳/۰	۲/۶۱	۸	۵۶	۱۰۰
	بین ۴ تا ۸ ساعت	۱۱	۸				
	بیشتر از ۸ ساعت	۵۶	۳۹/۰				
	جمع کل	۱۴۳	۱۰۰				

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول ۳- نتایج به دست آمده از سطح بندی مؤلفه های توانمندسازی روانشناختی

متغیر	مؤلفه	پایین		متوسط		زیاد
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
توانمندسازی روانشناختی	شایستگی	۲۱/۹	۱۹۳	۵۶/۴	۷۴	۲۱/۶
	تأثیر	۱۰/۸	۱۹۱	۵۵/۸	۱۱۴	۳۳/۳
	معنی داری	۱۸/۱	۱۶۶	۴۸/۵	۱۱۴	۳۳/۳
	اعتماد	۲۰/۵	۱۸۵	۵۴/۱	۸۷	۲۵/۴
	خودتعیینی	۱۷/۵	۲۲۲	۶۴/۹	۶۰	۱۷/۵

منبع: یافته های پژوهش

مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به کامپیوتر در منزل به تفکیک مؤلفه ها نتایج به دست آمده از آزمون مقایسه میانگین t در جدول ۴ نشان می دهد بین احساس تأثیر داشتن، معنی دار بودن و شایستگی زنان روستایی که در منزل به کامپیوتر دسترسی دارند و آنهایی که دسترسی ندارند تفاوت معنی داری وجود دارد به طوری که زنان روستایی که در منزل خود به کامپیوتر دسترسی داشتند نسبت به زنانی که در منزل به کامپیوتر دسترسی نداشتند با احساس تأثیر، معنی داری و شایستگی بهتری در زندگی داشتند. در رابطه با سایر مؤلفه های توانمندسازی روانشناختی (اعتماد و خود تعینی) نتایج آزمون t نشان داد بین احساس اعتماد و خودتعیینی زنان روستایی که در منزل به کامپیوتر دسترسی دارند و آنهایی که دسترسی ندارند تفاوت معنی داری وجود ندارد (جدول ۴).

جدول ۴- مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به کامپیوتر در منزل به تفکیک مؤلفه ها

Sig.	t	دسترسی کامپیوتر در منزل				مؤلفه ها	متغیر
		خیر (n=۲۳۷)		بلی (n=۱۰۳)			
		انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین		
۰/۰۰۲	۰/۲۵۳**	۰/۸۰	۳/۳۹	۰/۶۶	۳/۴۱	تأثیر	توانمندسازی روانشناختی
۰/۰۱۲	۰/۱۱۸*	۰/۷۴	۳/۴۰	۰/۶۴	۳/۴۱	معنی دار بودن	
۰/۹۲۴	-۰/۷۰۸	۰/۶۴	۳/۲۱	۰/۶۵	۳/۱۵	اعتماد	
۰/۹۶۲	-۰/۰۰۵**	۰/۷۵	۳/۲۳	۰/۷۳	۳/۲۳	خود تعینی	
۰/۰۱۴	۰/۹۵۴*	۰/۷۵	۳/۲۹	۰/۶۵	۳/۳۷	شایستگی	

\*\* معنی داری در سطح خطای یک درصد \* معنی داری در سطح خطای پنج درصد منبع: یافته های پژوهش

مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به اینترنت در منزل به تفکیک مؤلفه ها در رابطه با دسترسی به اینترنت در منزل و اثر آن در میزان توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی نتایج آزمون مقایسه میانگین t نشان داد بین احساس تأثیر زنان روستایی که در منزل به اینترنت داشتند و آنهایی که اینترنت نداشتند تفاوت معنی داری در سطح خطای یک درصد وجود داشت به طوری که زنانی که به در منزل به اینترنت دسترسی داشتند در مقایسه با زنانی که در منزل به اینترنت دسترسی نداشتند از احساس تأثیر بیشتری در زندگی برخوردار بودند. همچنین نتایج آزمون t نشان داد زنان روستایی مورد مطالعه از نظر سایر مؤلفه های توانمندسازی روانشناختی

(احساس معنی دار بودن، اعتماد، خودتعیینی و شایستگی) به لحاظ دسترسی اینترنت در منزل تفاوت معنی داری نداشتند (جدول ۵).

جدول ۵- مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به اینترنت در منزل به تفکیک مؤلفه‌ها

Sig.	t	دسترسی به اینترنت در منزل				
		۲-خیر (n=۲۴۵)		۱-بلی (n=۹۵)		
		انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	
۰/۰۰۳	۱/۹۳۴**	۰/۷۹	۳/۳۵	۰/۶۷	۳/۵۲	تأثیر
۰/۵۶۴	۲/۴۷۴	۰/۷۱	۳/۳۵	۰/۷۰	۳/۵۶	معنی دار بودن
۰/۴۷۳	۰/۸۱۱	۰/۶۵	۳/۱۷	۰/۶۱	۳/۲۴	اعتماد
۰/۴۷۰	۰/۴۷۰	۰/۷۴	۳/۱۷	۰/۷۲	۳/۳۹	خود تعیینی
۰/۷۸۱	۲/۳۷۴	۰/۷۲	۳/۲۵	۰/۷۲	۳/۴۶	شایستگی

\*\*معنی داری در سطح خطای یک درصد

مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به تلویزیون در منزل به تفکیک مؤلفه‌ها نتایج به دست آمده از آزمون من وایت نی نشان می‌دهد بین احساس تأثیر، معنی داری، اعتماد، خودتعیینی و شایستگی زنان مورد مطالعه به لحاظ دارا بودن تلویزیون در منزل، تفاوت معنی داری وجود نداشت. به عبارتی دیگر زنان روستایی که به تلویزیون در منزل دسترسی داشتند و آن‌هایی که نداشتند احساس تأثیر، معنی داری، اعتماد، خودتعیینی و شایستگی تقریباً یکسانی را از خود نشان داده‌اند (جدول ۶).

جدول ۶- مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به تلویزیون در منزل به تفکیک مؤلفه‌ها

معنی داری	U	دسترسی به تلویزیون در منزل		مؤلفه‌ها
		خیر (n=۷)	بلی (n=۳۳۴)	
		میانگین رتبه‌ها	میانگین رتبه‌ها	
۰/۸۲۹	۱۱۱۳/۵۰	۱۷۸/۹۳	۱۷۰/۸۳	تأثیر
۰/۳۷۶	۹۴۱/۰۰	۲۰۳/۵۷	۱۷۰/۳۲	معنی دار بودن
۰/۶۴۵	۱۰۴۴/۰۰	۱۵۳/۱۴	۱۷۰/۳۶	اعتماد
۰/۳۱۰	۸۹۹/۵۰	۲۰۶/۵۰	۱۶۸/۷۲	خود تعیینی
۰/۶۹۷	۱۰۶۸/۵۰۰	۱۵۶/۶۴	۱۷۱/۳۰	شایستگی

منبع: یافته‌های پژوهش

مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به تلفن در منزل به تفکیک مؤلفه‌ها نتایج به دست آمده از آزمون من وایت نی نشان می‌دهد احساس معنی داری، اعتماد، خودتعیینی و شایستگی در بین زنان روستایی که در منزل به تلفن دسترسی داشته‌اند در مقایسه با آن‌هایی که دسترسی به تلفن نداشته‌اند تفاوت معنی داری وجود نداشت ولی بین احساس تأثیر زنان روستایی که در منزل به تلفن دسترسی داشته‌اند در مقایسه با آن‌هایی که دسترسی به تلفن نداشته‌اند تفاوت معنی داری در سطح خطای پنج درصد وجود داشت. به عبارتی دیگر،

زنان روستایی که در منزل به تلفن دسترسی نداشتند احساس تأثیری بیشتری در مقایسه با آن‌هایی که دسترسی به تلفن نداشتند از خود نشان دادند (جدول ۷).

جدول ۷- مقایسه توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی بر اساس دسترسی به تلفن در منزل به تفکیک مؤلفه‌ها

معنی‌داری	U	دسترسی به تلفن در منزل		مؤلفه‌ها	توانمندسازی روانشناختی
		خیر (n=۲۳)	بلی (n=۳۱۶)		
		میانگین رتبه‌ها	میانگین رتبه‌ها		
۰/۰۱۷	۲۵۷۳/۰۰*	۲۱۸/۱۳	۱۶۷/۵۹	تأثیر	
۰/۱۲۰	۲۹۴۷/۵۰۰	۲۰۱/۸۵	۱۶۸/۷۷	معنی‌دار بودن	
۰/۷۱۱	۳۴۶۶/۰۰	۱۷۷/۳۰	۱۶۹/۴۷	اعتماد	
۰/۰۶۲	۲۷۸۱/۵۰۰	۲۰۶/۰۷	۱۶۶/۸۳	خودتعیینی	
۰/۰۸۴	۲۸۶۸/۰۰	۲۰۵/۳۰	۱۶۸/۵۲	شایستگی	

\*معنی‌داری در سطح خطای پنج درصد

### تحلیل همبستگی بین متغیرهای تحقیق

برای تعیین همبستگی بین مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی و متغیرهایی از قبیل میزان استفاده از تلگرام، اینستاگرام، رادیو، تلویزیون و میزان استفاده هفتگی از اینترنت از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد میزان استفاده از تلگرام زنان روستایی مورد مطالعه با احساس معنی‌داری و شایستگی آن‌ها همبستگی منفی و معنی‌داری در سطح خطای یک درصد و با احساس خودتعیینی آن‌ها همبستگی منفی و معنی‌داری در سطح خطای پنج درصد داشت. به‌عبارتی دیگر زنان روستایی که کمتر از تلگرام استفاده می‌کردند از احساس معنی‌داری، شایستگی و خودتعیینی بیشتر برخوردار بودند (جدول ۸).

جدول ۸- همبستگی بین متغیرهای تحقیق

متغیر	تأثیر	معنی‌داری	اعتماد	خودتعیینی	شایستگی
میزان استفاده از تلگرام	-۰/۱۳۹	-۰/۳۰۲**	-۰/۱۲۰	-۰/۲۱۱*	-۰/۲۹۷**
میزان استفاده از اینستاگرام	-۰/۳۰۱**	-۰/۳۴۳**	-۰/۲۸۲*	-۰/۱۳۲	-۰/۲۴۶*
میزان استفاده از رادیو	-۰/۰۷۲	۰/۰۲۵	۰/۰۲۷	-۰/۰۱۰	-۰/۰۰۶
میزان استفاده از تلویزیون	-۰/۱۳۱*	-۰/۱۳۱*	-۰/۱۸۴**	-۰/۱۷۰**	-۰/۰۸۸
میزان استفاده هفتگی از اینترنت	-۰/۰۴۲	۰/۰۰۷	۰/۰۳۷	۰/۰۲۲	۰/۰۸۴

\*معنی‌داری در سطح خطای پنج درصد \*\*معنی‌داری در سطح خطای یک درصد

همچنین نتایج تحلیل همبستگی نشان داد میزان استفاده از اینستاگرام زنان روستایی با احساس تأثیر و معنی‌داری آن‌ها همبستگی منفی و معنی‌داری در سطح خطای یک درصد و با احساس اعتماد و شایستگی آن‌ها همبستگی منفی و معنی‌داری در سطح خطای پنج درصد داشت. به‌عبارتی دیگر می‌توان زنان روستایی که وقت خود را کمتر صرف استفاده از اینستاگرام می‌کردند احساس تأثیر، معنی‌داری، اعتماد و شایستگی در آن‌ها بیشتر بود (جدول ۷). نتایج آزمون همبستگی نشان داد بین میزان استفاده از رادیو توسط زنان روستایی مورد مطالعه و مؤلفه‌های توانمندسازی

روانشناختی همبستگی معنی‌داری وجود نداشت ولی بین میزان استفاده آن‌ها از تلویزیون و مؤلفه‌های احساس تأثیر، معنی‌داری، اعتماد و خودتعیینی همبستگی منفی و معنی‌داری وجود داشت به طوری که زنان روستایی که زمان کمتری از تلویزیون استفاده می‌کردند احساس تأثیر، معنی‌داری، اعتماد و خودتعیینی بیشتری داشتند (جدول ۸). همچنین نتایج تحقیق نشان داد بین میزان هفتگی استفاده از اینترنت توسط زنان روستایی و مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی همبستگی معنی‌داری جود نداشت.

### بحث، نتیجه‌گیری، پیشنهادها

نتایج این تحقیق نشان داد که استفاده از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی بر توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی شهرستان سلماس تأثیر دارند. در عصر ارتباطات رسانه یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه در دنیای کنونی است که با داشتن بیشترین و گسترده‌ترین مخاطبان، از اصلی‌ترین وسایل ارتباطی در رسیدن به اهداف توسعه به شمار می‌آید. با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که زنان روستایی که به وسایل ارتباط جمعی نظیر تلویزیون، رادیو، اینترنت، تلگرام و اینستاگرام، دسترسی داشتند نسبت به زنانی که به این وسایل دسترسی نداشتند از لحاظ توانمندسازی روانشناختی در وضعیت بهتری قرار داشتند. نتیجه می‌گیریم که وسایل ارتباط جمعی باعث افزایش آگاهی در بین جامعه زنان روستایی می‌شود به طوری که ارتباطات باعث می‌شود که زنان به نقش‌های اجتماعی خود و توانایی‌های خود را بهتر شناسایی نموده و بهتر بتوانند با مشارکت یکدیگر و کارشناسان از خود ابتکار عمل و خلاقیت نشان داده، مشکل یابی و مشکل‌گشایی نمایند و بدین ترتیب روزه‌روز توانمندتر گردند نتایج پژوهش علی‌خواه همکاران (۱۳۹۶)، چرمچیان‌لنگرودی و علی‌بیگی (۱۳۹۲)، سواری و همکاران (۱۳۹۲) با نتایج این پژوهش همسو بود.

نتایج به‌دست‌آمده نشان داد که زنان روستایی که به کامپیوتر دسترسی داشتند نسبت به زنانی که به کامپیوتر دسترسی نداشتند از لحاظ مؤلفه‌های تأثیر، معنی‌داری و شایستگی توانمندسازی روانشناختی احساس معنی‌داری بهتری داشتند. تأیید فرضیه. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق تاج‌الدین و رحمتی‌والا (۱۳۹۳)، مجیدی‌قهرودی و آذری (۱۳۸۹) و فرجی سبکبار و همکاران (۱۳۸۸) همسو می‌باشد.

نتایج این پژوهش نشان داد که همبستگی معنی‌داری بین مؤلفه‌های تأثیر، معنی‌داری، اعتماد، خودتعیینی و شایستگی توانمندسازی روانشناختی و متغیر میزان استفاده هفتگی اینترنت در بین زنان مشاهده نشد؛ بنابراین فرضیه تأیید نشد. این امر می‌تواند دلایل گوناگونی از قبیل نبود اینترنت خانگی در روستا یا نبود زیرساخت‌های اینترنت در محیط روستایی یا نبود سواد اینترنت در بین زنان باشد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق وردهان (Vardhan, 2017) همسو و با نتایج تحقیق چرمچیان‌لنگرودی و علی‌بیگی (۱۳۹۲)، ژن (Chen, 2002)، مجیدی قهرودی و آذری (۱۳۸۹) غیرهمسو می‌باشد.

به‌منظور تعیین همبستگی بین متغیر میزان استفاده از تلگرام بر توانمندسازی روانشناختی نتایج آزمون همبستگی نشان داد که همبستگی منفی و معنی‌داری بین مؤلفه‌های معنی‌داری، خودتعیینی و شایستگی توانمندسازی روانشناختی با متغیر استفاده از تلگرام وجود داشت؛ بنابراین فرضیه تأیید شد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق اپکری و اپکری<sup>۱</sup>

<sup>1</sup>Ukpere and Ukpere



(2014) و علیخواه، کوهستانی و واقعه‌دشتی (۱۳۹۶) همخوانی و با نتایج تحقیق (Golrod et al. (2017)، سیدزاده-طلائی و همکاران (۱۳۹۶) و (Curran and Saguy (2001) همخوانی نداشت.

نتایج آزمون همبستگی نشان داد که همبستگی معکوس و معنی‌داری بین مؤلفه‌های تأثیر، معنی‌داری، اعتماد و شایستگی با متغیر استفاده از اینستاگرام وجود داشت؛ بنابراین فرضیه تأیید شد. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیق اپکری و اپکری (2014) و علیخواه و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی داشت و با نتایج تحقیق تاج‌الدین و رحمتی‌والا (۱۳۹۳)، (Golrod et al. (2017) و سیدزاده‌طلائی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی نداشت. با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهادهای ذیل ارائه می‌گردد:

استفاده صحیح از پتانسیل‌های شبکه‌های ارتباطی نوین و مجازی در خصوص معرفی محصولات تولیدی زنان، تهیه و تولید برنامه‌های آموزشی مختص زنان، معرفی و مصاحبه با زنان کارآفرین نمونه، ایجاد کارگاه‌های آموزشی کامپیوتر و رسانه‌های نوین در بین روستاها و آموزش نحوه‌ی استفاده از این رسانه‌ها در بین زنان.

## منابع

۱. اعظمی، م. عطائی، پ.، علی‌آبادی، و.، و موسیوند، م. ۱۳۹۵. ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های توانمندسازی روانشناختی بر مشارکت اجتماعی زنان در سازمان‌های اجتماع-محور: کاربرد معادلات ساختاری. زن و جامعه. ۱۷(۱): ۱۴۳-۱۶۱.
۲. آقاسی، م.، و فلاح، ف. نگرش دانشجویان به تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر روابط خانوادگی مجموعه مقالات تلفن همراه هوشمند و سبک زندگی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. (پاییز ۱۳۹۵).
۳. بخشی، ب.، نصیری، ب.، بختیاری، آ.، و طاهریان، م. ۱۳۹۲. نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی شبکه اجتماعی کفه مام، شبکه‌ای برای مادران و کودکان) پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ۴(۲): ۳۷-۵۹.
۴. تاج‌الدین، م.، و رحمتی‌والا، ل. ۱۳۹۳. رسانه‌ی ملی و توانمندسازی زنان سرپرست خانوار (مورد مطالعه: زنان سرپرست خانوار منطقه‌ی ۱۸ تهران). مطالعات راهبردی زنان. ۱۷(۶۵): ۱۱۹-۱۶۱.
۵. چرمچیان لنگرودی، م.، و علی‌بیگی، ا. ۱۳۹۲. بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی روانشناختی زنان روستایی. فصلنامه علمی -پژوهشی زن و جامعه. ۴(۱): ۱۶۵-۱۹۲.
۶. حسینی‌نسب، د.، میکائیلی‌منیع، ف.، و اقبالی قاضی‌جهانی، ن. ۱۳۸۹. بررسی رابطه توانمندی روان‌شناختی دبیران با تعهد سازمانی آن‌ها در مدارس متوسطه شهر ارومیه در سال تحصیلی ۸۹-۸۸. فصلنامه علوم تربیتی، ۳(۹): ۲۷-۴۹.
۷. خانیکی، ه.، و خجیری، ی. ۱۳۹۸. ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی ایران. فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۵(۱۷): ۳۵-۶۹.
۸. ساداتی، س. ن.، و کوهی، ا. ۱۳۹۲. بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر استفاده از رسانه‌های سنتی. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۲۰(۴): ۶۵-۸۶.
۹. سواری، م.، شبانعلی‌فمی، ح.، و شریف‌زاده، م. ش. ۱۳۹۶. موانع توسعه اشتغال زنان روستایی در صنایع دستی شهرستان دیواندره. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۶(۳): ۱۷-۳۶.
۱۰. سواری، م.، شیرینی، ن.، و اسدی، ع. ۱۳۹۲. نقش منابع و کانال‌های ارتباطی و اطلاعاتی در توانمندسازی زنان روستایی شهرستان دیواندره. فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، ۴(۲): ۳۶۵-۳۸۴.
۱۱. سیدزاده‌طلائی، م.، مهدوی، س. م.، و ازکیا، م. ۱۳۹۶. بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی و مشارکت بر محرومیت اجتماعی زنان مورد مطالعه: زنان شهر ارومیه. بررسی مسائل اجتماعی ایران، ۸(۱): ۲۵۳-۲۷۲.

۱۲. شیرافکن، آ.، میردامادی، س. م.، و لشگرآرا، ف. ۱۳۹۴. نقش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات (ICT) در توانمندسازی اعضای شرکت‌های تعاونی تولید روستایی زنان استان تهران، مجله تعاونی و کشاورزی، ۴(۱۳): ۹۹-۱۱۸.
۱۳. علیخواه، ف.، کوهستانی، س.، و واقعه‌دشتی، ط. ۱۳۹۶. نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی زنان (مطالعه موردی: شهر رشت). مجله‌ی زن در فرهنگ و هنر، ۹(۵): ۴۹۱-۵۰۹.
۱۴. عنایستانی، ع. ا.، و وزیری، س. ۱۳۹۰. تحلیل آثار اجتماعی، اقتصادی و کالبدی ICT در توسعه نواحی روستایی. فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، ۲(۱): ۱۸۷-۲۱۳.
۱۵. فرجی سبکبار، ح.، خاکی، ا.، و نعمتی، م. ۱۳۸۸. ارزیابی نقش ICT در توانمندسازی زنان روستایی مطالعه موردی: روستای قرن آباد. فصلنامه‌ی جغرافیا، ۷(۲۲): ۱۵۷-۱۷۵.
۱۶. فقیری، م.، زرافشانی، ک.، و علی‌بیگی، ا. ح. ۱۳۹۳. بررسی تأثیر صندوق‌های اعتبارات خرد بر زنان روستایی استان کرمانشاه. فصلنامه‌ی روستا و توسعه، ۱۷(۳): ۱-۲۲.
۱۷. قنبری، ی.، و انصاری، ر. ۱۳۹۴. شناسایی و تبیین عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر توانمندسازی زنان روستایی (مطالعه موردی: شهرستان رستم). مجله برنامه‌ریزی و تحقیقات روستایی، ۴(۳): ۱-۱۰.
۱۸. کیمیائی، س. ع. ۱۳۹۰. شیوه‌های توانمندسازی زنان سرپرست خانوار. فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۱۱(۴۰): ۶۳-۹۲.
۱۹. مجیدی قهرودی، ن.، و آذری، ف. ۱۳۸۹. «بررسی نقش اینترنت در ارتقای جایگاه زنان». پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱(۲): ۸۷-۱۰۹.
۲۰. مرکز آمار ایران سال ۱۳۹۵. قابل دسترس در پایگاه: <https://www.amar.org.ir>
۲۱. نیرومند، ل.، و ذهابی، ش. ۱۳۹۴. بررسی عوامل مؤثر بر میزان حضور زنان در شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد مطالعه: زنان ساکن شهر تهران، فصلنامه‌ی مطالعات رسانه‌ای، ۱۰(۱): ۵۳-۶۶.
22. Abdul, M. J., Ayesha, R., & Sultana, H. Y. (2016). Empowerment of Muslim women through microfinance and self help groups: A case study of Chennai city. *Asian Business Review*. 6(2), 117-124.
23. Akca, H., Sayili, M., & Esengun K. (2007). Challenge of rural people to reduce digital divide in the globalized world: Theory and practice. *Government Information Quarterly*. 24, 404-413.
24. Asif, M. (2013). Media role for women's empowerment in Southern Punjab (Multan City) Pakistan. Master Thesis in Development studies, Department of International Environment and Development Studies Norwegian University of Life Sciences.
25. Blanchard, E. M (2003). Gender, international relations, and the development of feminist security theory. *The University of Chicago Press Journal*. 28(4), 1289-1312.
26. Brown, G., & Michinov, N. (2019). Measuring latent ties on Facebook: a novel approach to studying their prevalence and relationship with bridging social capital. *Technology in Society*, 59, 101176.
27. Chakraborty, U., & Biswal, S. K. (2023). Impact of social media participation on female entrepreneurs towards their digital entrepreneurship intention and psychological empowerment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, In press. <https://doi.org/10.1108/JRME-03-2021-0028>.
28. Chen, H. (2002). Digital government: technologies and practices. *Decision Support Systems*. 7(34), 224-226.
29. Curran, R. S., & Saguy A. C. (2001). Migration and cultural change: a role for gender and social networks? *Journal of International Women's Studies*. 2(3), 53-77.
30. Gangadharappa, H.V., Pramod, K.T.M., & Shiva, K.H.G. (2007). Gastric floating drug delivery systems: a review. *Indian Journal of Pharmaceutical Education and Research*. ( 41), 295-305.

31. Gilbert, E., & Karahalios, K. (2009). Predicting tie strength with social media. Paper presented at the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. Boston April (2009). 211-220.
32. Golrod, P., Asgari, E., Hoseini, M., & Dehghan Najm abadi, A. (2017). The role of social networking women entrepreneurs on motivation Occupation: The role of mediator of entrepreneurship alertness. *Journal of Women and Culture*. 9(4), 7-20.
33. Hoque, M., & Itohara, Y. (2009). Women empowerment through participation in micro-credit program: a case study from Bangladesh. *Journal of social Sciences*. 5(3), 244-250.
34. Ostic, D., Qalati, S. A., Barbosa, B., Shah S. M. M., Galvan, V. E., Herzallah, A. M., & Liu, F. (2021). Effects of Social Media Use on Psychological Well-Being: A Mediated Model. *Frontiers in Psychology*, PMID: 34234717; PMCID: PMC8255677.
35. Ozbas, A. A., & Tel, H. (2015). The effect of a psychological empowerment program based on psychodrama on empowerment perception and burnout levels in oncology nurses. *Psychological empowerment in oncology nurses. Palliative and Supportive Care*. 14(4), 393-401
36. Sangeetha, V., Sharma, N., Wason, M., & Singh, P. (2016). Whether modular capacity building tools are effective in empowering selfhelp groups. *International Journal of Bio-resource and Stress Management*. 7(5), 1181-1185.
37. Shahna, P., & Ingrid- Ute, L. (2004). Empowerment of Rural Women in Bangladesh. Conference on Rural Poverty Reduction through Research for Development and Transformation. Deutscher Tropentag- Berlin, 5-7 October (2004), 1-10.
38. Shanmuga, P., & Sakthi, Dr. (2015). Social media a tool for economic empowerment of women. *International Journal of Applied Research*. 1(5), 157-160.
39. Statistica (2023). Number of internet and social media users worldwide as of April 2023. Available at: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.
40. Swain, B., and Wallentin, F, Y. (2016). The impact of microfinance on factors empowering women: Regional and Delivery Mechanisms in India's SHG Programme. *The Journal of Development Studies*. 53(5): 1-26.
41. Tefertiller, A. C., Maxwell, L. C., & Morris, D. L. (2020). Social media goes to the movies: Fear of missing out, social capital, and social motivations of cinema attendance. *Mass Communication and Society*, 23(3), 378-399.
42. Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90, 311-331.
43. Ukpere, W, I., & Ukpere, C, L. (2014). Rising trend in social media usage by women entrepreneurs across the globe to unlock their potentials for business success. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 5(10), 551-559.
44. Vardhan, R. (2017). Social Media and Women Empowement: A Sociological nalysis. *International Journal of Economic and Business Review*. 5(8), 46-56.
45. Vijayalakshmi, A., & Lin, M.-H. (2023). One-click at a time: Empowering mothers for their adolescent children's educational expenditures through social media usage. *International Journal of Consumer Studies*, 47(3), 1112– 1125. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12891>.
46. Tayde, V., and Chole, R, H. (2010). Empowerment Appraisal of Rural Women in Marathwada Region of Maharashtra State. *Indian Res. J. Ext. Edu*. 10(1), 33-36.
47. Spreitzer Gretchen M. (1996). Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment. *Academy of Management Journal*. 39(2), 483-504.
48. Spreitzer, G, M. (1995). Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurment and Validation. *Academic of Manangement Journal*. 38(5), 1442-1465.