

توانمندسازی زنان

بررسی تأثیر رسانه جمعی بر توانمندسازی زنان شهر تهران

هاله

دکتر حبیب محبوبی خسروشاهی

(عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران شرق)

فاطمه واقف

(کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی)



سرشناسه: صبوری خسروشاهی، حبیب، ۱۳۴۸-

عنوان و نام پدیدآور: توانمندسازی زنان: بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر توانمندسازی زنان شهر تهران / مؤلفان

حبیب صبوری خسروشاهی، فاطمه واقف.

مشخصات نشر: تهران: بادبادک، ۱۳۹۶؛ مشخصات ظاهری: ۱۱۵ ص:، جدول، نمودار.

شابک: ۷-۵۷-۵۸۱۷-۶۰۰-۹۷۸

وضعیت فهرست‌نویسی: فیپا؛ یادداشت: کتابنامه.

عنوان دیگر: بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی بر توانمندسازی زنان شهر تهران.

موضوع: زنان -- جنبه‌های جامعه‌شناختی؛ Women in development -- Iran -- Case studies -- نمونه پژوهی؛ Women in public life

رسانه: مجله‌ی زنان؛ Mass media and women؛ زنان در زندگی اجتماعی؛

شناسه افزوده: واقف، فاطمه، ۱۳۵۳-

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۶: ۲ ص/ ۱۲۱۶ HQ

رده‌بندی دیویی: ۳۰۵/۴؛ شماره کتابشناسی ملی: ۴۷۲۱۲۰۴



توانمندسازی زنان

بررسی تأثیر رسانه جمعی بر توانمندسازی زنان شهر تهران

مؤلفان

دکتر حبیب صبوری خسروشاهی

(عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران شرق)

فاطمه واقف

(کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی)

طراح جلد: زهرا جلیل نژاد آغمیونی؛ صفحه‌آرایی: سعید سعیدی

ویراستار: مجتبی طلوعی جدی؛ ناظر چاپ: حسن ساسانی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: ماهان

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶؛ تیراژ: ۱۰۰ نسخه

شابک: ۷-۵۷-۵۸۱۷-۶۰۰-۹۷۸

حق چاپ محفوظ است

آدرس: میدان انقلاب - خیابان ۱۲ فروردین - خیابان وحیدنظری غربی - پلاک ۹۹ - واحد ۹

۶۶۹۷۵۰۳۵-۶۶۹۷۰۸۸۴

www.mahanketab.com

فهرست

چکیده

فصل اول

کلیات طرح

مقدمه

۱-۱- بیان مسأله

۲-۱- اهداف پژوهش

۱-۲-۱- هدف اصلی

۲-۲-۱- اهداف فرعی

۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق

۴-۱- سؤالات و فرضیه‌های تحقیق

۱-۴-۱- سؤالات تحقیق

۲-۴-۱- فرضیات تحقیق

۵-۱- مدل تحقیق

۶-۱- تعریف واژه‌های کلیدی

۱-۶-۱- توانمندسازی

۲-۶-۱- توانمندسازی روانشناختی

۱۱

۱۳

۱۳

۱۴

۱۶

۱۶

۱۶

۱۶

۱۷

۱۷

۱۸

۱۸

۱۸

۱۸

۲۱

۲۲	۱-۶-۳- توانمندسازی اقتصادی
۲۳	۱-۶-۴- توانمندسازی زنان
۲۵	۱-۶-۵- رسانه های جمعی
۲۶	۱-۶-۶- قدرت
۲۶	۱-۷- روش تحقیق
۲۷	۱-۸- قلمرو تحقیق
۲۷	۱-۸-۱- قلمرو مکانی
۲۷	۱-۸-۱-۱- قلمرو زمانی
۲۷	۱-۹-۱- نمونه و حجم نمونه
۲۹	فصل دوم
۲۹	مطالعات نظری
۲۹	مقدمه
۲۹	۲-۱- پیشینه تحقیق
۲۹	۲-۱-۱- تحقیقات انجام شده در ایران
۳۵	۲-۱-۲- تحقیقات انجام شده در خارج از کشور
۳۵	۲-۲- مبانی نظری
۳۵	۲-۲-۱- نظریه ساختاریابی گیدنز
۳۷	۲-۲-۲- نظریه توانمندسازی نایلا کبیر
۳۷	۲-۲-۳- نظریه تواناسازی سارا لانگه
۴۰	۲-۲-۴- نظریات قشریندی جنسیتی
۴۱	۲-۲-۵- نظریه توانمندسازی
۴۲	۲-۲-۶- نظریه های فمینیستی
۴۲	۲-۲-۷- نظریه فمینیسم لیبرال
۴۳	۲-۲-۸- نظریه برابری جنسیتی
۴۴	۲-۲-۹- نظریه سقف شیشه ای
۴۴	۲-۳- چارچوب نظری تحقیق
۴۵	۲-۴- متغیرهای پژوهش
۴۹	فصل سوم
۴۹	روش شناسی تحقیق یا متدولوژی
۴۹	مقدمه

۴۹	۱-۳- روش تحقیق
۵۰	۲-۳- جامعه آماری
۵۰	۳-۳- حجم نمونه و روش نمونه گیری
۵۱	۴-۳- ابزار جمع آوری اطلاعات
۵۱	۵-۳- شیوه های تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش
۵۲	۶-۳- چگونگی سنجش اعتبار و پایایی ابزار
	فصل چهارم
	یافته های پژوهش
۵۵	مقدمه
۵۵	۱-۴- توصیف جمعیت نمونه
۵۵	۱-۱-۴- محل نمونه
۵۶	۲-۱-۴- سن
۵۷	۳-۱-۴- وضعیت اقتصادی
۵۸	۴-۱-۴- تحصیلات
۵۹	۵-۱-۴- وضعیت اشتغال
۶۰	۶-۱-۴- وضعیت اشتغال پدر
۶۱	۷-۱-۴- وضعیت اشتغال مادر
۶۲	۸-۱-۴- وضعیت مالکیت مسکن
۶۳	۹-۱-۴- هزینه ماهیانه خانوار
۶۴	۱۰-۱-۴- تماشای برنامه های شبکه داخلی
۶۶	۱۱-۱-۴- میزان استفاده از هر کدام از برنامه های تلویزیون
۷۰	۱۲-۱-۴- تماشای برنامه های ماهواره
۷۳	۱۳-۱-۴- دوره ها و آموزش های گذرانده شده با هدف کسب درآمد
۷۴	۱۴-۱-۴- مراکز آموزشی مورد استفاده دوره ها و آموزش های گذرانده شده
۷۵	۲-۴- توصیف متغیرهای پژوهش
۷۵	۱-۲-۴- توانمندسازی (متغیر وابسته پژوهش)
۸۳	۲-۲-۴- رسانه ها (متغیر مستقل پژوهش)
۸۴	۳-۴- بررسی و اعلام وجود یا نبود رابطه بین متغیرها
۸۴	۱-۳-۴- آزمون متغیرهای زمینه ای و متغیر توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان
۹۲	۲-۳-۴- آزمون فرضیات پژوهش

فصل پنجم

بحث و نتیجه‌گیری

مقدمه

۱-۵- نتیجه‌گیری

۱-۱-۵- یافته‌های توصیفی

۲-۱-۵- یافته‌های استنباطی

۳-۱-۵- مقایسه با پژوهش‌های پیشین

۲-۵- پیشنهادات

۲-۵-۲- پیشنهاد حاصل تحقیق

۲-۵-۲- پیشنهاد برای پژوهش‌های بعدی

۳-۵- محدودیت‌ها و مشکلات تحقیق

منابع و مآخذ

پیوست‌ها

چکیده

امروزه زنان به عنوان نیمی از شهروندان و کسانی که در فرهنگ سازی جامعه نقش عمده ای دارند، مورد توجه ویژه قرار گرفته اند و لازم است جهت نیل به توسعه پایدار به توانمندسازی آنها توجه خاص مبذول شود. توانمندسازی زنان شامل ابعاد توانمندسازی روانشناختی، توانمندسازی اقتصادی، توانمندی بر حسب عاملیت و توانمندسازی جسمی است. در این تحقیق، روهشگر می کوشد تا نقش رسانه ها و فن آوری های ارتباطی و اطلاعاتی را در توانمندسازی زنان در عرصه های اقتصادی و روانشناختی را مورد بررسی قرار دهد. چارچوب نظری تحقیق بر اساس نظریه ساختاریابی گیدنز، نظریات سارا لانگه و نظریه توانمندسازی شکل گرفته است.

تحقیق پیش رو از نوع توصیفی و تبیینی است. جهت گردآوری داده ها از شیوه پیمایش (پرسشنامه محقق ساخت با آلفای کرونباخ ۰/۸۶) استفاده گردیده است. جامعه آماری پژوهش پیش رو شامل تمام زنان شهر تهران می باشد، که با توجه به جدول مورگان تعداد ۲۴۰ نفر نمونه به صورت طبقه ای انتخاب شده اند. این ها نیز با استفاده از نرم افزار اس پی اس تجزیه و تحلیل گشته اند.

نتایج آزمون های آماری نشان می دهند بین دو متغیر آماری پژوهش یعنی متغیر رسانه های جمعی و متغیر توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی زنان و استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی روانشناختی زنان رابطه مشاهده نمی شود. همچنین بین نشست های خبری-تحلیلی و توانمندسازی روانشناختی زنان، نشست های خبری-تحلیلی و توانمندسازی اقتصادی زنان و استفاده از برنامه های آموزشی و توانمندسازی اقتصادی زنان رابطه معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی

توانمندسازی روانشناختی و اقتصادی، رسانه های جمعی، نشست های خبری-تحلیلی، برنامه های آموزشی