

## شناخت درستی از زنان خانه‌دار وجود ندارد

مدیرگروه مطالعات زنان پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی وزارت علوم گفت: در ایران زنان خانه‌دار بررسی نشده‌اند و شناختی از آنان نداریم بنابراین باورهای کلیشه‌ای درباره آنان وجود دارد.

لیلا فلاحتی افزود: گاهی اوقات درباره زنان خانه‌دار دچار برداشت‌های سطحی می‌شویم و گمان می‌کنیم آنان وقت زیادی دارند به عنوان نمونه گمان می‌شود آنان قدرت زیادی برای مدیریت وقت خود دارند، گرفتاری‌های یک زن شاغل را ندارند و خیلی راحت‌تر زندگی می‌کنند این در حالیست که چند تیپ زن خانه‌دار داریم

وی در ادامه گفت: اشتغال زنان خانه‌دار به امور منزل یکی از دغدغه‌های اقتصاد جهانی است و ارزش کار خانگی هیچ وقت محاسبه نشده است و قابل محاسبه هم نیست. بسیاری از کشورها در این زمینه اقدام کرده‌اند اما موفق نشده‌اند.

فلاحتی با بیان اینکه زنان خانه‌دار زیر گروه‌های متفاوتی دارند، تصریح کرد: خانه‌داری به شدت به طبقه اجتماعی و فرهنگی وابسته است و باید به تفاوت خدماتی که هر کدام از زنان خانه‌دار به خانواده ارائه می‌دهند، توجه کرد.

وی افزود: زنان خانه‌دار به علت حضور مستمر در خانه ممکن است فرصت بیشتری برای مدیریت زمان خود داشته باشند ولی به دلیل نبود تمرکز در سیاست‌گذاری فرهنگی در کشور و برای هیچ کدام از گروه‌ها از جمله زنان خانه‌دار، سبدهای مصرفی برای گذراندن اوقات فراغت آنان به درستی تعریف نشده است در نتیجه آنان برای گذران این وقت به در دسترس‌ترین شیوه که روی می‌آورند که نه تنها استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و تلویزیونی بلکه شبکه‌های اجتماعی است. شبکه‌های اجتماعی موبایلی در هر زمان حتی در تاکسی قابل استفاده است.

مدیرگروه مطالعات زنان پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی وزارت علوم ادامه داد: حتی یارانه‌ها را به درستی مدیریت نمی‌کنیم چرا که باید بخشی از آن به سبد فرهنگی سوق دهیم. با توجه به اینکه هیچ الگوی فرهنگی درستی برای استفاده و مدیریت اوقات فراغت نداریم زنان برای گذران این اوقات به دو شیوه ارزان و در دسترس در همه کشورها یعنی تلویزیون و ماهواره و شبکه‌های اجتماعی روی می‌آورند. به علت ضعف دیپلماسی فرهنگی به ویژه در حوزه برنامه‌سازی تلویزیونی زنان خانه‌دار در اوقات فراغتی خود به سمت استفاده از ماهواره سوق داده می‌شوند البته کیفیت برنامه‌های این شبکه‌ها قابل تایید نیست، اما به علت کمیت و تنوع زیاد با استقبال رو برو می‌شوند.

وی با بیان اینکه دغدغه ما نحوه گذران اوقات فراغت زنان خانه‌دار طبقه بالای جامعه نیست، گفت: آنان به علت دسترسی به منابع مالی به خوبی می‌توانند فرصت‌های فراغتی خود را با حضور در کلاس‌ها و فعالیت‌های مختلف پر کنند. با توجه به اینکه گذران اوقات فراغت به گونه مطلوب مستلزم پرداخت هزینه است، دغدغه ما طبقه پایین جامعه است. آنان با استفاده از ماهواره‌ها در معرض انواع و اقسام پیام‌های فرهنگی قرار می‌گیرند که از طریق ما قابل کنترل نیست. اولین پیامد این وضعیت تغییر سبک زندگی است که تغییر نگاه موضوعات فرهنگی را در پی دارد و نوعی از آسیب‌های اجتماعی وارد خانواده می‌شود.

فلاحتی در پایان تاکید کرد: ما به جای محدود کردن دسترسی به ماهواره‌ها باید به فکر انتخاب‌های جایگزین باشیم. به عنوان نمونه با وجود ارزان و مناسب بودن قیمت بلیت سینما برای تشویق قشر کم درآمد یارانه‌هایی برای بلیت سینما اختصاص دهیم و خانواده‌ها را به مصرف کالاهای فرهنگی مثل سینما سوق دهیم.

منبع: ایسنا