

نقش زنان در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده

□ موسی محسنی *

چکیده

پژوهش حاضر، با بررسی مبانی نظری رهیافتهای مسلط در این موضوع، دیدگاه متفاوتی ناظر به موضوع زن و نقش آن در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده ارائه نمود. دیدگاهی که با دیدگاه های مسلط در این موضوع همسویی ندارد، اما با ارزشهای حاکم بر جامعه، ارزشها و معیارهای دینی و مذهبی، واقعیت های عینی اجتماعی و واقعیت عینی زندگی زنان، مطابقت بیشتری دارد. حاصل پژوهش، تفکیک قائل شدن، میان مشاغل ناظر به پیشگیری و حل نمودن مشکلات اقتصادی خانواده است که زنان می توانند با اولویت قرار دادن نقشهای پیشگیری که از آن به «نقشهای فرهنگ ساز» یاد می شود (درمقابل نقشهای پولساز) اقدام به فرهنگسازی رفتارهای درست مصرفی در محیط خانواده نمایند. مبنای فکری فرهنگ سازی رفتار مصرفی، نگاه اسلام به مقوله رفتار مصرفی است با استناد به آیات اقتصادی قرآن، پژوهشهای انجام شده در مورد اهمیت اصلاح رفتار مصرفی و اسراف و تبذیر، آمار و ارقام اسراف و تبذیر در موارد منابع و کالاهای ملی (آب، برق و گاز) و ارتباط رفتار مصرفی ناصحیح در اموال شخصی با اتلاف منابع ملی... حاصل پژوهش در باب نقشهای پولساز و حل نمودن مشکلات خانواده ناظر است. به اولویت قرار دادن، مشاغل خانگی در قالب مشاغل سنتی (خیاطی، قالی بافی...) و مشاغل مدرن (ناظر به فناوری اطلاعات، اینترنت و دنیای مجازی). دیدگاه این پژوهش، سیاست گذاری و حمایت از بانوان علاقه مند به اشتغال در این قلمرو است با حفظ موقعیت سنتی خانه داری. کمک به حل مشکلات اقتصادی خانواده از طریق کسب و کارهای بزرگ، فنی و تخصصی که در آن زنان در موقعیت های شغلی برتر هستند توصیه این فراز است. اشتغال همسطح با مردان در موقعیت های کاری برابر با مردان (کارخانه ها، تولیدی ها...) که مستلزم مشکلات امنیت روانی برای بانوان نشود، آخرین

اولیت به منظور حل نمودن مشکلات اقتصادی خانواده است. ایده اصلی پژوهش، تکیه بر نقشهای فرهنگساز به عنوان نقشهای اصلی بانوان خانه دار به منظور پیشگیری از مشکلات اقتصادی خانواده است.

واژگان کلیدی: نقش زنان، پیشگیری، اقتصاد خانواده، فمینیسم، اشتغال زنان.

مقدمه:

مطالعاتی که پیرامون زنان، نقش و جایگاه آنان در زندگی صورت گرفته است، درعین گستردگی، همچون دیگر تراوشهای فکری بشر از یکسویه نگری بدور نمانده است. رویکرد سنت محور، در تلاش بوده است، جایگاه و نقش زنان را همسو با توصیفها و انتظارات فرهنگی حاکم بر جوامع تقویت کند؛ حال اینکه رویکرد های فمینیستی، رویکردستی را مانع نقش آفرینی زن در اجتماع دانسته بسوی همطرازی با مردان تشویق نموده است. (بطحایی، ۱۳۸۲: ۴۶-۵۲؛ شولتس، ۱۳۸۹: ۱۸۲) در این میان، چه بسا جایگاه و نقش واقعی زنان در حوزه های مختلف، متأثر از نحوه ی نگاه ما به موضوع، مغفول مانده است. باور ما این است که، هرگونه تحلیل و بررسی با موضوع زن، منهای ویژگیهای جنسیتی آنان، تنزل یا ارتقای حیات، هستی و شخصیت زن به گرایشهای فکری ما، و در نتیجه تنزل یا ارتقای مقام و موقعیت زن مطابق باورهای ماست. گاه زنان خود نیز از تعارض باورهای جدید و سنتی درباره نقش و جایگاه آنان به شکوه آمده اند. (همان) فارغ از گرایشهای فکری ما، حقیقتی غیرقابل انکار این است که زن، درعین اینکه همچون مرد، در آفرینش و خلقت یکیست، در جزئیات می توان آنرا منحصر بفرد دانست. (بطحایی، پیشین) همه ای اینها، مستلزم آن است که زن را اولاً نباید در مقایسه با مرد بلکه در مقایسه با ویژگیها و خصوصیات خودش مورد مطالعه قرار داد و ثانیاً این بررسی، بدون توجه به ارزشهای حاکم بر جامعه ی دینی و نگاه دین به موضوع میسر نیست.

سؤال اصلی پژوهش

زن چه نقش و جایگاهی در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده دارد؟

سؤال فرعی :

- ۱- زن چگونه می تواند در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده نقش ایفا کند؟
- ۲- زن چه نقش یا نقشهایی شایسته و سزاوار است برای پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده ایفا کند؟

پاسخ به پرسش نخست و اصلی، بررسی رهیافتهای متفاوت به موضوع را می طلبد، اما ظرفیت این پژوهش بدان پیمانه نیست؛ بنابراین، بررسی دورهیافت مسلط که محور مناقشات تئوریک (درایان) نسبت به موضوع زن، جایگاه و نقش آن قرار دارد، هدف این پژوهش را برآورده می سازد.

الف (رهیافت فمینیستی به موضوع.

هرچند ارائه تعریف واحد و یکپارچه از « فمینیسم» و شاخه های آن دشوار می نماید، اما مبانی نظری آن تاحدودی امکان ارائه تعریفی یکپارچه که ملهم از پارادایم مشترک شاخه های این نحله فکری است، موضوع مطروحه در این مقاله را روشن می سازد. وجه مشترک نگاه فمینیسم به موضوع «زن» « مبانی نظری» آن است که از فلسفه اومانیسم، سکولاریسم، لیبرالیزم... ریشه می گیرد. (کویتانی، ۱۳۸۸: ۶۷) فلسفه های فوق در خلاصه ترین تعریف به معانی ذیل آمده است: اومانیسم به معنای اصالت بشر، انسان محوری. سکولاریزم به معنای دین گریزی و طرفداری از اصول دنیوی. لیبرالیزم تفکری که فرد را محور ارزشهای اخلاقی می شمارد. و نسبییت گرایی اخلاقی به معنای اینکه هیچ ارزشی پایدار و قدسی نیست. (همان: ۶۸، ۷۲، ۷۸) برپایه ی فلسفه های فوق، فمینیسم به عنوان رهیافتی جدید به موضوع « زن» تعریفی متفاوت از گذشته اما متناسب با مبانی نظری خود، از جایگاه و نقش زنان در تمامی عرصه های زندگی از جمله خانواده، اقتصاد... ارائه نموده است. محوریت انسان در مبانی نظری باعث شده است که نگاه فمینیستی به موضوع ناخود آگاه به سمت مقایسه زن و مرد سوق داده شود. لب داعیه فمینیسم برابری زن با مرد است. برخی نحله های فکری آن حتی منکر تفاوتهای طبیعی میان زن و مرد شده اند. مطابق این دیدگاه، « پاداشهای راستین زندگی اجتماعی (پول، قدرت، منزلت، آزادی، فرصت برابر رشد و

بالا بردن ارزش شخصی) تنها در عرصه‌های عمومی یافت می‌شود» (حسین بستان، ۱۳۸۷: ۴۰-۴۱) بنابراین توصیه اصلی آنان خروج زن از خانه است همسنگ و هم تراز بامردان. موضوعات دیگری (مرتبط با جایگاه و نقش زنان) که در رهیافت فمینیستی مورد حمله جدی قرار گرفته است، عبارت است از جایگاه ازدواج، خانواده، نقش مادری و همسری. از نظر عمده صاحب نظران نحله فکری فوق، خانه در قالب سنتی آن مرکز اسارت زن است. خانم سیمون دوبوار معتقد بود که آنچه یک زن را در قید نگه می‌دارد دو چیز است. ۱- ازدواج ۲- مادری. (فتاحی زاده، ۱۳۸۳: ۵۵) خانواده محور نابرابریها و ساختار آن ستم آلود است. تضعیف نقش مادران از اصول برنامه های فمینیسم است. ازدواج متعارف و معمول بر ضرر زنان است. خانواده نهادیست که منشهای زنانه را به زن منتقل می‌کند. (کویتانی، پیشین: ۱۱۳-۱۱۰) از نظر آنان ازدواج همیشه مسئله یک جانبه بوده است. در ازدواج مرد همه چیز بدست می‌آورد، زن همه چیز را ازدست می‌دهد. (صادقی نسائی، ۱۳۸۶: ۲۰۶) به اعتقاد آنان زن باید از قید بچه و ازدواج رها شوند (همان: ۱۲) به همین دلیل معتقد هستند که نفس باروری زنان نیز یا امری غیرطبیعی است (به اعتقاد بعضی) و اگر هم طبیعی باشد (به اعتقاد برخی دیگر) هرطبیعی الزاما به معنای درست بودن نیست. آنان استدلال می‌کنند که بشر بر محدودیت های طبیعی بسیاری فایق آمده است، چرا نتواند برای محدودیت (باروری و مادری) که دامن گیر زنان است فایق آید. (پاک نیا- مردیها، ۱۳۸۸: ۱۶۰-۱۶۱)

مطابق این رهیافت، برای زن، نقشی جدا و ویژه قائل نیستند. تقلا و تلاش بیشتر ناظر است به مبانی فکری؛ لذا در نگاه آنان، زن همان نقشی را در خانواده دارد که مرد؛ همان اثری بر اقتصاد، تعلیم و تربیت، رشد، استحکام یا تزلزل خانواده می‌تواند بگذارد که مرد. ارائه نقش متفاوت از زن، در حقیقت ارائه تصویری تنزل یافته از جایگاه زن تلقی می‌شود. در این تلقی اساسا نمی‌توان گفت «نقش زن یا نقش مرد» هر نوع تفکیک به نوعی انکار هویت انسانی زن و تقلیل هویت آن به هویت جنسی تلقی می‌شود. رادیکالیستهای این گروه معتقداند که انسان هیچ گاه زن بدنیا نمی‌آید، بلکه جامعه و مرد است که زنان را «زن» می‌سازد! (معصومی، ۱۳۸۴: ۴۰)

ب) رهیافت اسلام به موضوع.

وقتی رهیافت فمینیستی به موضوع با بررسی مبانی نظری آن تبیین شود، منطقاً رهیافت اسلام به موضوع نیز باید چنین باشد. مبانی نظری ملهم از دین در نگاه به زن را می‌توان از چند لحاظ مورد بررسی قرار داد.

الف: نگاه دین در اصل آفرینش و خلقت زن

در قرآن کریم نزدیک به ۲۰۰ آیه در باره زن و روابط او با مرد وجود دارد. (مهریزی، ۱۳۸۷: ۱۸۸-۱۸۷). قرآن کریم آفرینش زن و مرد را از آغاز خلقت (بقره، ۳۸-۳۰؛ نساء، ۱؛ اعراف، ۱۸۹، ۲۷، ۱۰؛ حجر، ۴۲-۲۶؛ نحل، ۷۲؛ اسراء، ۶۰-۶۴؛ کهف، ۵۰؛ طه، ۱۲۳-۱۱۵؛ روم، ۲۱؛ ص، ۸۳، ۷۱؛ حجرات، ۱۳؛ نجم، ۴۵-۴۶؛ قیامت، ۳۹-۳۷؛ انسان، ۳-۲؛ لیل، ۳) تا سکونت در بهشت (بقره، ۳۵-۳۴؛ اعراف، ۲۲-۱۹) اخراج از بهشت (اعراف، ۲۷) و هبوط در زمین (بقره، ۳۵-۳۴) یکسان می‌داند. قرآن در فلسفه خلقت، (ذاریات، ۵۶؛ ملک، ۲؛ نحل، ۹۷؛ انفال، ۲۴؛ طلاق، ۱۲) استعداد های چون روح الهی (حجر، ۲۹-۲۸؛ ص ۷۱-۷۲؛ سجده، ۹-۷) و تسویه در خلقت، (تین، ۴؛ انفطار، ۶۷) ابزار ادراکی (نمل، ۷۸؛ مومنون، ۳۰) فطرت الهی (روم، ۳۰) وجدان اخلاقی (شمس، ۸-۷) و امانت (احزاب، ۷۲) میان مرد و زن تفاوتی نمی‌گذارد. کلماتی که در قرآن اشاره به مبدأ آفرینش انسان دارد هیچ یک اشاره به جنسیت ندارد. کلماتی همانند (ماء، تراب، صلصال، حماء مسنون، علق، نفس واحد، انسان...) در مجموع می‌توان گفت دین و قرآن آفرینش زن و مرد را برابر میدانند.

ب : نگاه دین به تفاوت های جنسیتی زن و مرد

تردیدی نیست که دین آفرینش زن و مرد را مطابق با حکمت بالغه‌ای پروردگار عالم می‌داند. بدون نقص و بدون کاستی. قرآن تفاوت های موجود میان زن و مرد را مطابق حق و عدالت دانسته و آرزوی تغییر این فیزیولوژی نوعی مخالفت با مشیت پروردگار تلقی می‌شود. (نساء، ۳۲) تفاوت های جنسیتی بدون تردید از این منظر معرف یک سری قابلیت هایی مبتنی بر حکمت الهی است که اگر با دیده دقت نگریسته شود تناسب کامل دارد با پتانسیل های موجود در آن جنس و این

امر به هیچ وجه منافاتی با هویت انسانی آن جنس ندارد. این دقیقاً عکس تلقی فیمینسم است.
ج: تفسیر و برداشت اندیشمندان مسلمان (در ایران) از نگاه دین نسبت به مقوله زن

۱. باور سنتی ناظر به هویت جنسی

پژوهشگران مطالعات زنان، تلقی سنتی نقش و جایگاه زنان را چنین می‌پندارند "این مباحث در حوزه تفکر سنتی حول یک ایده کلی سامان می‌یابد که عبارت است از توجه به ساختمان و وضعیت طبیعی زن و مرد. به باور این طیف، مبنای تقسیم کار و تعریف حقوق زن و مرد... همه مبتنی بر تفاوت بنیادینی است که در آفرینش زن و مرد لحاظ شده است." (نیکخواه، ۱۳۸۴: ۶۶-۶۵)

۲. باور متفاوت ناظر به هویت انسانی زن

"این گروه با نگاه تاریخی به نظام خانواده و روابط زن و مرد، معتقد است که با توجه به کارکرد و تعیین نقش هریک از اشکال گوناگون زندگی اجتماعی، می‌توان شیوه اجتماعی مناسب برای مرد و زن در هر زمان مشخص نمود تا بتوان گفت چه نوع رابطه و تقسیم کاری بیشتر قابل دفاع است" (همان: ۶۶) علامه طباطبائی و شهید مطهری از جمله کسانی هستند که هویت انسانی زن را بر هویت جنسی آن مقدم می‌دانند. علامه طباطبائی، ذیل آیه (وخلق منها زوجها...) می‌فرماید: ظاهر آیه این است که خداوند عالم همسری از نوع مرد آفریده است و افراد انسانی بازگشت به دو فرد همانند و مشابه دارد. (طباطبائی، ۱۴۰۲ق، ج ۴: ۲۱۵)

اندیشمندان فوق، بر تفاوت‌های موجود در میان زنان و مردان تأکید می‌ورزند و براساس همین قضاوت‌ها نیز نظام حقوق اسلام را توضیح داده و تفسیر می‌کنند. باور آنان این است که زن و مرد به لحاظ انسان بودن باهم برابر هستند و تفاوت میان آن دو به اعتبار موضوع است و عدم تشابه حقوقی میان این دو جنس نه به معنای بی‌عدالتی بلکه به معنای در نظر گرفتن توانایی‌ها و استعداد‌های هریک از آنها و پرورش آن استعدادهاست. (نیکخواه، ۲۰۳-۲۰۴) دیدگاه امام خمینی نیز چنین است. (سید ضیاء مرتضوی، مهر ۱۳۷۸، ص ۲۴:)

نگاه دین به موضوعات مرتبط دیگر نیز عملاً نقطه مقابل دیدگاه فمینیستی قرار می‌گیرد. اسلام

ازدواج و پیوند زناشویی را مقدس می‌داند. اهمیت ازدواج به اندازه ای است که پیامبرگرامی اسلام فرمود: هیچ بنایی در اسلام برای خداوند محبوب‌تر از بنایی که با ازدواج ساخته می‌شود نیست. (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۵: ۳۲۸) مبعوض بودن طلاق در حدیث فوق دقیقاً نقطه مقابل محبوبیت ازدواج قرار واقع شده است. در مورد دیگر پیامبر فرمود: ازدواج سنت من است، هرکسی از سنتم رویگرداند از من نیست. (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۰۰: ۲۲۰) بازهم در مورد دیگر از پیامبر نقل است که فرمود: هرکسی ازدواج کند، نیمی از دینش را محافظت نموده است. (کلینی، پیشین: ۳۲۹) مجموع فرمایشات پیامبر اشاره به آن دارد که اولاً نهاد خانواده، نهادی ارجمند و مقدس است و ثانیاً زیر بنا و اساس همه ی نهادهای دیگر است. قرآن زن و مرد را لباس و پوشش همدیگر معرفی نموده است. پوشش موجب حفظ و نگهداری انسان، موجب حرمت و شخصیت انسان، موجب محافظت جسم انسان در مقابل آسیب هاست. (بقره، ۱۸۷) سوره اعراف آنرا لباس تقوی قلمداد کرده است. (اعراف، ۲۶) آیات دیگری ازدواج را مایه آرامش و سکون روانی، مودت و رحمت معرفی نموده است. (اعراف، ۱۸۹؛ روم، ۲۱) آیه ی دیگر آنرا پیمانی محکم و غلیظ معرفی کرده است. (نساء، ۲۱)

نقد و بررسی دو رهیافت

آنچه در مبانی نظری دو رهیافت مسلط در باره نقش و جایگاه زن ارائه شد، تقابل دو رهیافت را نیز آشکارا نشان داد. در رهیافت فمینیستی، نباید برای زن نقش جداگانه قائل شد، بلکه نقشهای که در دنیای واقعی وجود دارد اختصاص به جنسی خاص ندارد، بنابراین اگر زنان در انجام بسیاری از این نقشها ناتوان هستند نیز زایده فرهنگ حاکم بر جامعه و در نتیجه محدودیت های مرد سالارانه است که در طول تاریخ بر فرهنگ و رسوم جامعه بشری سایه افکنده است. پیشنهاد فمینیسم، تدوین قوانین لازم، آموزش و توسعه انسانی زنان است تا بتواند تمامی نقشهایی را که مردان انجام می‌دهند، انجام دهند. محدودیت های که به نظر طبیعی می‌آید (باروری) نیز باید به گونه ای حل شود که از دوش زنان برداشته شود. در این دیدگاه (براساس نظریه غالب فمینیستها) نمی‌توان نقش را به زنانه و مردانه تعریف کرد، بلکه زنان بعینه می‌توانند تمامی نقشهای را که

مردان ایفا کرده‌اند ایفا کنند. بنابراین نقش زن در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده تفاوتی با نقش مرد در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده نخواهد کرد.

حقیقت غیرقابل انکار در رهیافتهای فمینیستی این است که آنان هنوز نتوانسته‌اند بر بسیاری از تناقضاتی که واقعیت‌های عینی زندگی اجتماعی و خانوادگی، فزیولوژی و جنسیت زن از یک سو، پژوهشهای روانشناسان... از سوی دیگر با داعیه‌های فمینیستی در مورد زن (جنسیت، نقش و جایگاه، خانواده، مادری...) دارد فائق آیند. فمینیسم در تمامی اشکال آن نتوانسته است در بسیار موارد به درک مشترک نسبت به موضوع دست یابد.

مبانی نظری دین و رهیافت اسلام به موضوع به روشنی تفاوت آنرا با رهیافت قبلی نشان می‌دهد. اسلام در عین اینکه، هویت انسانی زن را با مرد یکی می‌داند، نقش و جایگاه زن را بعینه همان نقش و جایگاه مرد نمی‌داند. به تعبیر شهید مطهری (مطهری، ۱۳۸۹: ۱۱۵-۱۱۴) حقوق زن از منظر دین به لحاظ ارزش کلی خود مساوی است با حقوق مرد، اما مشابه آن نیست. آنچه در رهیافت فمینیستی مورد توجه قرار گرفته شبیه سازی زن و مرد است در تمامی زمینه‌ها از جمله حقوق و در نتیجه نقش و جایگاه؛ حال اینکه دین در پی عدالت و تساوی است نه تشابه. به همین دلیل نقش و جایگاه زن در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده نیز متفاوت از رهیافت فمینیستی قابل تعریف و تعیین است. مطابق رهیافت دین، نقش زن در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده را از جهات مختلفی به موارد ذیل می‌توان تفکیک نمود. نقشهای پیشگیری و مدیریت منابع خانه (نقشهای فرهنگ ساز) نقشهای حل نمودن یا افزایش منابع خانه (نقشهای پولساز) نقشهای درون خانه (نقشهای سنتی، نقشهای مدرن) نقشهای بیرون خانه (نقشهای پولساز)

نقد اساسی که می‌توان بردیدگاه اندیشمندان مسلمان (و نه خود دین: بدان جهت که دین در ضمن تعیین و تفکیک نقش زن، جنبه‌های مادی مسئله را نیز مورد توجه قرار داده است. چنانچه زن می‌تواند برای امور خانه داری پول و دستمزد مطالبه کند، اما در عمل چنان چیزی اتفاق نمی‌افتد و اندیشمند مسلمان نیز با تکیه بر منابع دیگر به عنوان یک واقعیت غیرقابل انکار، انجام نقشهای بدون دستمزد را بیشتر تشویق می‌کنند) وارد نمود، وجود نوعی تناقض در دیدگاه

آنان است. هرچند تلاشهای بسیاری برای توجیه این مسئله انجام شده است، اما حقیقت این است که هیچ یک از این توجیهات نتوانسته است برای پژوهشگران «زن» قناعت حاصل کند. (نرگس نیکخواه، پیشین: ۲۰۳-۲۰۴) بخش زیادی نقدهای های وارده را می توان در جنبه های مادی حقوق زنان جای داد. به عنوان مثال: اندیشمندان مسلمان، در مقام تعریف، نقشهای متعددی برای زنان تعیین نموده اند، این نقشها دارای ارزش معنوی، ثواب، و حتی در برخی موارد بنفسه نوعی عبادت تلقی شده است اما از سوی دیگر هیچ راهکار مشخصی برای کسب اجر مادی پیشنهاد نمی کنند! این ایراد بسیاری کلی است که باعث شده است تفکر فمینیستی نیز در جامعه اسلامی خریداران بسیاری داشته باشد. مثال ساده منتقد این است که اگر یک زن پس از ۳۰ سال خانه داری (شغلی که اندیشمند مسلمان با توجه به مبانی نظری دین، احادیث... آنرا تقدیس کرده اند) بی سرپرست شود (به هردلیلی) تکلیف او چیست؟ چگونه زندگی خود را ادامه دهد؟ هرچند امروزه در جمهوری اسلامی، برخی سازمانها (کمیتة امداد، سازمان بهزیستی...) به این گروه از زنان خدماتی ارائه می کنند، ولی هنوز (خانه داری، مادری، همسر داری، تربیت فرزند...) جایگاه واقعی خود را در چهارچوب قانون باز نیافته است. چه به لحاظ کمی (ارزش افزوده ی اقتصادی، میزان ساعات کار) و چه به لحاظ پذیرش اجتماعی و چه به لحاظ قانونی. ارزش واقعی فعالیت زنان در محاسبات ملی منظور نمی شود. فروشنده قالی تاجر محسوب می شود، اما بافنده قالی که زن است، خانه دار. (باقری، ۱۳۸۲: ۱۱۰-۱۰۹) به همین دلیل هوا داران جنبش زنان، خانه داری را شغلی می دانند که یک خدمتکار نیز می تواند آنرا انجام دهد (غیر از روابط شخصی). به علاوه در صورت بهبود وضعیت اقتصادی مرد، عملا ارزش شغل زن (خانه داری) کاهش می یابد و حتی جاذبه جنسی وی نیز جایگاه خود را ممکن است از دست بدهد. زن خانه دار در صورت بی سرپرست شدن، در بازار کار صرفا در پی شغلی می تواند باشد که کمترین دستمزد و نازلترین جایگاه اجتماعی را دارد که عبارت از خدمت کاری باشد. (سول هوفمن_ سوزان اورت، ۱۳۸۹: ۳۹-۳۸) این انتقاد بردیدگاه اندیشمندان مسلمان در مورد جایگاه و نقش زن در همه ی امور از جمله پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده تا حدودی وارد است.

با روشن شدن مبانی نظری رهیافتهای عمده در باره زنان، پاسخ پرسش اصلی روشن شد و نسبت به نقش و جایگاه زنان آگاهی کاملی حاصل آمد؛ اما پاسخ به پرسش فرعی نخست (زن چگونه می تواند در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده نقش ایفا کند؟) دلمشغولی این فراز از پژوهش است. برپایه مبانی تئوریک دو رهیافت فوق، اجمالاً می توان دو دیدگاه کلی ذیل را در باره نقش و جایگاه آنان، در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده، ترسیم نمود. اجرای نقشهای برابر با مردان، اجرای نقشهای اختصاصی زنان.

نقشهای زنان (توصیف)

نقشهای برابر با مردان

دیدگاه نخست را تاحدودی می توان نقش زن در توسعه نامید. این نگاه متأثر است از تغییرات موجود در سطح جهان در قالب قوانین و میثاقهای بین المللی توسعه. به همین دلیل تمامی پژوهشهای که با این نگاه انجام شده است، عملاً مبتنی بر مبانی نظری فمینیستی است. در این دیدگاه زنان به عنوان نیمی از پیکره جامعه، باید همانند مردان در فرایند توسعه وارد شوند تا بتوانند از نتایج آن در زندگی بهره مند شوند. تشویق زنان برای ورود به عرصه کارهای رسمی، به غیر از مبانی تئوریک مرتبط با جنبشهای سیاسی و حقوقی زنان، یک مبنای اقتصادی مهمی نیز دارد که عبارت باشد از « هزینه فرصت ازدست رفته» مقصود این است که وقتی انسان نیرو، سرمایه... خود را برای کاری مصرف می کند، معنای آن منصرف شدن و ازدست رفتن فرصتها یا کارهایی است که می توانست انجام دهد اما به خاطر این کار آنرا انجام نداده است. (بابایی، ۱۳۸۹: ۱۱) زنان نیمی از جامعه را شکل می دهد اما تمامی نیروی آن صرف خانه داری می شود. حال اگر این نیرو وارد عرصه بازارکار و تولید و صنعت شود، عملاً به معنای دو برابر شدن فعالیت های اقتصادی خواهد بود. لذا این دیدگاه به تشویق زنان برای ورود به عرصه ی کار و تولید همسو با مردان می پردازد. عمده پژوهشهای که در این زمینه انجام شده است بر مبنای معیارهای جهانی توسعه است (سواد، میزان درآمد، طول عمر) و هدف از ورود زنان به بازار کار و تولید نیز همان اهداف جهانی توسعه است. در این دیدگاه غالباً، موانع اصلی ورود زنان در بازارکار و تولید نیز

عمدتاً، تفکر سنتی و مردسالارانه تلقی شده است که بر جامعه و خانواده حاکم است. (مهدی الوانی، ۱۳۸۰: ۶۳) این دیدگاه بیش از آنکه نگاهی به حل یا پیشگیری مشکلات اقتصادی خانواده باشد، افزایش نقش زنان در سرانه تولید ملی، تولید ناخالص داخلی، و محاسبه مشاغل آنان جزء مشاغل اصلی و رسمی تعریف شده در قوانین کار است. بنابراین، نقش زن در این دیدگاه تابعی است از میزان بهبودی وضعیت اقتصادی زنان (وضعیت شغلی، درآمد، نقش شان در تولید...) و در نتیجه افزایش درآمد خانواده‌ها و کم شدن مشکلات اقتصادی خانواده‌ها. بخش عمده مطالعات دانشگاهی در ایران نیز با همین رویکرد انجام شده است و معیارها و سنجه‌های که مورد استفاده قرار می‌گیرد دقیقاً معیارهای جهانی است. مانند درآمد ملی، درآمد ناخالص داخلی، میزان اشتغال در بازار کار، وضعیت شغلی زنان، بیمه تأمین اجتماعی، رضایت شغلی زنان.

نقشهای اختصاصی (تجویز)

دیدگاه دوم را (که این پژوهش در صدد تقویت آن است) می‌توان متأثر از مبانی دینی و ارزشهای حاکم بر جامعه و برخی تحقیقات علمی و واقعیت‌های عینی بیرونی و اجتماعی دانست. دین در عین اینکه اشتغال زنان را منع نکرده است، رسالت مادری، تربیتی و فرهنگسازی زنان را در اولویت قرار داده و به این امر تأکید کرده است. رویکرد اسلام نسبت به همه‌ی امور رویکردی غایت شناسانه است. نگاه دین به مسئله اقتصاد نیز چنین است. از منظر دین، هدف از آفرینش انسان پرستش پروردگار. (ذاریات، ۵۶) آزمایش بندگان (ملک، ۲) و دستیابی به حیاط طیبیه و زندگی پاکیزه است. (انفال، ۲۴؛ نحل، ۹۷) اصل دوم و سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی نیز به همین نکته ی‌ مبنایی اشاره دارد. نگاه اسلام به اقتصاد، نگاه ابزاری برای تعالی و تکامل انسان است. به همین دلیل آیاتی که با موضوع اقتصاد نازل شده است، فزونی مال، خیر و برکت یافتن، ازدست رفتن مال، کم شدن یا زیاد شدن رزق و روزی، بارش باران و افزایش نعمت را به ایمان، تقوی الهی، رعایت یا عدم رعایت حلال و حرام... پیوند زده است. (اعراف، ۹۶؛ جن، ۱۷؛ انفال، ۵۳؛ نوح، ۱۲-۱۰؛ طلاق، ۳-۲؛) حال اینکه هدف نهایی در اقتصاد مطابق تعریف

سرمایه داری، کسب بالاترین میزان رضایت، مطلوبیت و لذت است. (حسینی، ۱۳۸۸: ۱۰۵-۱۰۳)

این دیدگاه درعین اینکه با اشتغال و فعالیت اقتصادی زن مخالفت قطعی ندارد، اولویت را بیشتر به نقشهای قائل است که به نظر می رسد با ویژگیهای فیزیولوژیک، فرهنگ و ارزشهای حاکم بر جامعه و باورهای بنیادین اسلام سازگاری بیشتری دارد. این تعیین اولویت، درحوزه کار و تولید نیز قابل گسترش است. درحوزه کار و تولید نیز می توان نقشهایی را در اولویت قرار داد که از کمترین تعارض ممکن با نقش خانه داری و تربیتی زن برخوردار باشد. براین اساس می توان مشاغلی برای زنان تجویز نمود که بیشترین تناسب را با مولفه های چندگانه فوق داشته باشد. این پژوهش، درصدد است دیدگاه دوم را، با توجه به واقعیت های عینی جامعه، تفاوت های ذاتی زن، برخی پژوهشهای علمی، منابع دینی و دیدگاه اندیشمندان مسلمان تقویت نموده و این دیدگاه را با بررسی نقشهای که زنان می توانند و یا سزاوار است ایفا کنند، در قالب دو مفهوم اصلی عنوان این تحقیق «نقش زنان در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده» ارائه نماید. حاصل این فراز، پاسخ سؤال (فرعی) آخر را شکل خواهد داد.

نقشهای پیشگیری از مشکلات اقتصادی خانواده (نقشهای فرهنگ ساز و بستر ساز) بررسی های این پژوهش تاکنون، توصیف وضعیت زن بر مبنای رهیافت های مسلط در کشور بود. نقشهای پیشگیری از نگاه پژوهشگر این سطور، جنبه ی تجویزی دارد؛ در نتیجه، توصیه این پژوهش تأکید بر نقشهای پیشگیری، به عنوان نقشهای غالب با اولیت برتر برای زنان خانه دار است. به همان دلائلی که ذکر شد (با توجه به واقعیت های عینی، ارزشها و فرهنگ حاکم بر جامعه، تفاوت های ذاتی زن و برخی پژوهشهای علمی)

واقعیت عینی جامعه،

واقعیت عینی جامعه، آمارهای رسمی است که میزان حضور زنان ایرانی را در عرصه های کار و فعالیت های اقتصادی بیرون از خانه کمتر از ۱۳٪ و فعالیت خانه داری را بالای ۸۰٪ - ۸۷٪ درصد برآورد نموده است. (گزارش خبرگزاری ایلنا، ۱۳۹۴/۸/۲۹) حضور ۸۰-۸۷٪

درصدی بانوان در خانه مستلزم نگاه جدی به نقش فرهنگ سازی، تربیتی و بسترسازی رفتارهای مصرفی درست در جامعه به تبع خانواده توسط بانوان است. نادیده انگاری این آمار عظیم حتی از نگاه اقتصادی (هزینه فرصت ازدست رفته) در حوزه بسترسازی و فرهنگ سازی، مقرون به صرفه نیست. آنچه مایه شگفتی است آن است که بیشتر پژوهشگران، هزینه فرصت ازدست رفته را در بازارکار محاسبه می کنند، اما هزینه فرصت ازدست رفته را در مورد نقشی که زنان می توانند در بسترسازی و فرهنگ سازی ایفا نمایند محاسبه نمی کنند! براساس آمار شورای همکاری کانادا در سال ۱۳۹۱م، ۶۷٪ ساعات کار جهانی به زنان اختصاص دارد، میانگین روزانه ۱۸ ساعت کار درخانه (خانه داری). (الوانی، ۱۳۸۰: ۶۳) آیا این زمان طولانی نیازمند توجه نیست؟! آیا می توان مربی پیدا کرد که زمانی بیش از ۱۸ ساعت یا همین مدت زمان را همیشه در خدمت متریان باشد؟ آمارهای دیگر نشان داده است که میان بهبود وضع اقتصادی مرد و اشتغال زن رابطه معکوس برقرار است. به میزانی که وضعیت اقتصادی خانواده بهبود می یابد، زن از عرصه فعالیت های اقتصادی به خانه باز میگردد. (محمد بیگی، شماره ۵۰-۴۹، ص ۹۷) این امر، می تواند دلایل بسیاری داشته باشد، اما یکی از دلایل آن می تواند بی علافگی زنان برای فعالیت های برابر با مردان در بیرون از خانه باشد. وزیر فرهنگ لهستان پس از دوران کمونیسم اظهار داشته بود: ما اکنون به جایی رسیده ایم که زنان، در روعیای دستیابی به انتخاب برای درخانه ماندن هستند. (فسائی، ۱۳۸۶: ۱۹) واقعیت این است که تفاوت های فیزیولوژیک و لطافت زن (چه به لحاظ روحی و روانی و چه جسمانی) با مشقتهای ناشی از کارهای سخت، طاقت فرسا و طولانی مدت نمی سازد و شاید علت آن روعیا (تعبیر وزیر لهستانی) کار اجباری زنان برابر با مردان در نظام کمونیستی بود که عاقبت باعث دلزدگی و خستگی مفرط و در نتیجه به جایی رسیده بود که از آن به عنوان یک «روعیا» یاد شده است. زنان ژاپنی نیز عمدتاً سرپرستی خانوار را به عهده دارند و عملاً نقش فرهنگ سازی و تربیتی را به عهده می گیرند. (فسائی، پیشین: ۲۰) واقعیت عینی جامعه ایران نیز این است که هنوز در مورد حضور گسترده زنان نوعی «تاخرفرنگی» وجود دارد. بدین معنا که در سطح ساختار واقعی جامعه تغییراتی رونما شده است، اما برای پذیرش آن تغییرات، تغییرات ذهنی و فرهنگی لازم رخ نداده است. در نتیجه تشویق بی حساب و کتاب برای

ورود به بازکار زنان موجب تعارض نقشه‌های شود. نقشه‌های خانه داری با نقشه‌های کاری (تعارض هنجارها و ارزشها با نقشه‌های کار و تولید) و در نتیجه تضعیف انجام هردو نقش. راز این مطلب آن است که در نتیجه تعارض نقشه‌ها، انرژی و زمان لازم برای انجام هردو نقش باقی نمی ماند. این تعارض گاه ریشه در کمبود وقت، گاه در تعارض وقت، گاه در تعارضهای فرهنگی، گاه در تعارض با منافع خانواده و گاه در تعارض با توانایی‌های جسمی و روانی زن است.

تمامی بررسی‌هایی که در حوزه کار و خانواده انجام شده است نشان می‌دهد که تعارض کار - خانواده می‌تواند برای افراد، خانواده‌ها، پیامدهای زیان بار برجای گذارد. حاصل این تعارض کاهش رضایت شغلی، کاهش رضایت خانوادگی، تضعیف سازگاری ازدواج و عملکرد ناکافی نقش و نارضایتی از زندگی در پی دارد. "(رستگار خالده، ۱۳۸۵: ۳۱)

تعارض نقشه‌ها براساس تئوریهای (تعارض مبتنی بر زمان، تعارض مبتنی بر فضا، تئوری کمیایی و تعارض مبتنی بر رفتار الگو...) توضیح داده شده است. (همان: ۱۱۱-۱۱۳) حاصل همه‌ای این تئوریها، پدید آمدن نوعی تعارض میان نقش خانه دار بودن و نقش کاری زنان است که هم بر زندگی خانوادگی، هم بر جسم، روان اعضای خانواده اثرات منفی می گذارد. بنابراین بی جهت نیست که دین در عین اینکه مخالف اشتغال زنان نیست، وظایف خاصی را بیشتر برای بانوان ترجیح می‌دهد تا برابری مطلق در شغل با مردان.

ساز و کار هایی که برای کاهش تعارض نقشه‌ها ارائه شده است (راهکارهای کاهش تعارض ناظر است به، تفکیک نقشه‌ها، اولویت دادن به یک نقش، سازماندهی نقشه‌ها برای جلوگیری از تعارض). (همان: ۴۵، ۵۰، ۵۳) دیدگاه مطرح شده در این پژوهش را تقویت می‌کند. لب داعیه‌ی این پژوهش آن است که بجای مقایسه موقعیت شغلی زنان با مردان و تلاش برای برابری (با وجود تفاوت‌های غیرقابل انکار) سزاوار این است که مشاغل متناسبی برای زنان تعریف و تعیین نمود تا بخش عمده زنان در این مشاغل به فعالیت‌های اقتصادی بپردازند و خانه داری یکی از عرصه‌هایی است که می‌تواند نقشه‌های تربیتی و فرهنگ سازی بسیار برجسته در آن ایفا شود.

واقعیت های فیزیولوژی زنان

موضع دین در این مورد روشن شد، دین تفاوت های جنسیتی را نه به عنوان کاستی بلکه به عنوان ویژگی لازم هرجنس پذیرفته است؛ اما پژوهشگرانی که باور داشتند، تفاوت های زن و مرد حاصل آموزش و یادگیری اجتماعی است، پس از پژوهش اعتراف کردند که نمی توانند تفاوت های جنسیتی را نادیده بگیرند. بسیاری از فمینیست های زن، پس از اینکه خود «مادر» شدند، پذیرش بیشتری نسبت به محوریت تفاوت های جنسیتی پیدا کردند. پژوهشگر دانشگاه جان هاپکینگز، با شنیدن گزارش شکست خوردن فرایند مونث سازی دختران از طریق یادگیری اجتماعی، تاکید کرد، "هنگامیکه مغز فرد با قرار گرفتن در معرض هورمون جنسی مردانه در رحم، مذکر سازی می شود، بیهوده است به او بگوئیم تو دختر هستی." (ای- رودرز، ۱۳۹۲: ۱۹)

واقعیت های روانشناختی

براساس یکی از دیدگاه ها، اشتغال، بویژه اشتغال تمام وقت برای زنان پیامدهای منفی جسمانی و روانشناختی از قبیل احساس گناه، و اضطراب خواهد داشت. اشتغال برای زنان یک وظیفه اضافی تلقی می شود. احساس فرسودگی در زنان نتیجه فشار نقش، کیفیت روابط زنانشویی و میزان حمایت اجتماعی است حال اینکه در مردان مربوط به خود کار است. (رستگار خالد، ۱۳۸۲: ۷۷) براساس یکی از دیدگاه های روانشناختی، مردان و زنان از مهارت های اجتماعی، هوشی کاملاً متفاوتی برخوردار هستند. زنان بیشتر صلح جو، علاقه مند به روابط انسانی، علاقه مند به کمک به دیگران و علاقه مند به انجام رفتار حمایتی هستند. اینان رویکرد «ذات گرایی» را باور دارند که معتقد است: جنسیت یک ویژگی بنیادی و تغییرناپذیر است که در درون افراد رشد می کند و همه ی زنان ویژگی های روانی مشترکی دارند که با ویژگی های روانی مردان متفاوت است. (مارگرت دبلیو- ماتلین، ۱۳۹۰: ۱۲-۱۱) براساس پژوهش های به عمل آمده در باره تبعات اشتغال زنان، نتایج ذیل بدست آمده است:

افزایش سن ازدواج، فشار مضاعف روحی- روانی و جسمانی. تاثیر منفی بر روابط خانوادگی و تزلزل در بنیان خانواده. (زعفران چی، ۱۳۸۸: ۴۴، ۴۵، ۵۸، ۵۹) کاهش تعداد فرزند خواهی و

باروری، تاثیر بر روابط مادر و فرزند. مطابق برخی دیدگاه ها، فاصله افتادن میان مادر و فرزند توانایی ارتباطات اجتماعی کودکان را تضعیف می سازد و حتی رشد عقلی فرزند را وابسته به رابطه عاطفی با مادر می داند. کاهش جمعیت، میان اشتغال زنان و کاهش جمعیت ارتباط دو سویه برقرار است. افزایش آسیب های اجتماعی. (همان: ۵۳، ۵۰، ۶۵-۶۶)

تحقیقات (در ایران و جهان) نشان داده است، زنان سرپرست خانوار (به جهت داشتن نقشهای متفاوت) در مقایسه با بقیه زنان مشکلات روانی بیشتری را تجربه میکنند. بسیاری به مرور زمان ممکن است از جامعه ترد شوند. جامعه شناسان، بعد از مشکلات اقتصادی، مهمترین مشکل زنان سرپرست خانوار را مشکلات بهداشت روانی می دانند که به نوعی دچار خلاء عاطفی می شوند و از نشانه های آن استرس، افسردگی و زود رنجی می باشد. (محمدی، ۱۳۸۵: ۱۳۹، ۱۳۵)

برخی روانشناسان، میزان اهمیت عشق مادر به کودک را برای سلامت روحی روانی، به نقش ویتامین ها و پروتئین ها برای سلامت جسمی مقایسه میکنند. بالبی (روانشناس) دلبستگی کودک به مادر را پدیده نخستین می داند که ریشه در چیزی دیگر ندارد. این نیاز از تماس های مستقیم مانند در آغوش گرفتن به اشکال رمزی تحول یافته، به تدریج بجای کیمیت کیفیت آن اهمیت می یابد. وابستگی به مادر تاثیر چشمگیری بر رشد کودک می گذارد به گونه ای که اگر وابستگی اصلی شکل نگیرد کودک دچار آسیب شدیدی روانی خواهد شد. جدا کردن کودکان از مادر برای شخصیت و وجود آنان یک آسیب و تهدید به شمار می رود که بر حال و آینده آنان اثر می گذارد. آزمایشهای معروفی که هارلو انجام داد نشان داد، وابستگی میان مادر و فرزند بیش از وابستگی به غذا است. (همان: ۱۷۶-۱۷۵)

مفهوم پیشگیری

مفهوم پیشگیری و تعریف آن بیشتر در دانش پزشکی کاربرد دارد و در دانش حقوق مخصوصا جرم شناسی و پیش گیری از جرم بصورت گسترده به عاریت گرفته شده است. این پژوهش نیز با عاریت از دانش حقوق، تعریفی متناسب با موضوع این تحقیق ارائه نموده است.

پیش‌گیری چنانچه در صدر اشاره شد، مجموعه اقداماتی است که هدف نهایی آن محدود کردن دامنه مشکل، سخت کردن، دورکردن یا کم کردن احتمال وقوع مشکل است. به عبارتی پیشگیری مجموعه راهکارهای است که زمینه‌ها و بسترهای مشکل را تعدیل یا حذف می‌کند و از وقوع مشکلات پیشگیری می‌کند. پیشگیری از مشکلات اقتصادی خانواده با دو مقوله ذیل ارتباط وثیق و جدی دارد.

برنامه ریزی و مدیریت منابع خانه، فرهنگ سازی رفتار مصرفی در خانه.

حقیقت امر این است که برنامه ریزی بدون فرهنگ سازی رفتار مصرف کننده براهتی میسر نیست، به همین دلیل، فرهنگ سازی رفتار مصرف کننده از اولویت اول برخوردار است. از دیدگاه اقتصادی، رفتار اقتصادی، زیرمجموعه‌ی رفتارهای اجتماعی محسوب می‌شود، رفتارهای اجتماعی عمدتاً برپایه یادگیری و آموزش حاصل می‌شود و نخستین یادگیریه‌ها از خانه و محور آن مادر است. بنابراین فرهنگ سازی رفتار مصرفی را می‌توان از خانه آغاز کرد.

نقش فرهنگ سازی و تربیتی زن در خانه، در عمده‌ی پژوهشها (به دلالتی) مورد بی‌مهری و بی‌اعتنایی قرار گرفته است. شاید یکی از دلایل، این باشد که این نقش و مسئولیت خطیرو بسیار مهم، در قوانین کشوری و بین‌المللی به عنوان شغل رسمی شناخته نمی‌شود. پژوهشگران فعالیتهای زنان، به جای ارائه راهکار و راه حل برای این معضل و تثبیت قانونی جایگاه شغل زنان، با الگو برداری از مدل غربی، سعی نموده اند به تعریف مشاغل جدید و برابر با مردان خروج و فاصله گرفتن زنان از خانه و خانه داری بپردازند تا از یک سوم مشکل وضعیت شغلی زنان را حل کرده باشند، از سوی دیگر به زعم خودشان به برابری دست یافته باشند و از جهت سوم به توسعه پایدار در کشور کمک کرده باشند. در عوض دولتها با هزینه های گزاف و میلیاردي، وظایف همین نقش را، به نهادها و مؤسسات اجتماعی، فرهنگی و اگذار می‌کنند و هر روز بردامنه مشکلات (بزهکاری و انواع مشکلات اجتماعی) افزوده می‌شود و برای هر کدام آن باید نهادی جدید و متولی جدید و هزینه جدید در نظر گرفت. سؤال این است که آیا سزاوار نیست برخی از این هزینه های گزاف، به آموزش زنان در قبال نقش برجسته، شاخص و بی بدیل تربیتی و فرهنگ

ساز آنان در خانه اختصاص داده شود؟ این مسئله بدون تردید، نیازمند نگاه جدید و جدی است؛ به لحاظ جایگاهی که دارد، به لحاظ نقشی که ایفا می‌کند و می‌تواند ایفا کند، به لحاظ نیازمندی به فرهنگ سازی و وضع قوانین جدید و ناظر به آن و به لحاظ جمعیت عظیمی که به این کار مشغول هستند.

بدون شک پیشگیری از مشکلات، مسئله‌ای است مربوط به عرصه فرهنگ و آموزش و بنیادی ترین نهاد ذی نقش خانواده است و محور خانواده در این مورد زنان است. اهمیت نقش زن در ساخت فرهنگ درست مصرف به عنوان پیشگیری از مشکلات اهمیت نقش زنان در فرهنگ سازی و مدیریت منابع خانه و در نتیجه ساخت فرهنگ مصرفی درست زمانی بیشتر مشخص می‌شود که بدانیم:

خانواده ها مهمترین هدف دنیای تولید

خانه و منابع آن (انسانی و مالی) مهمترین هدف بازار تولید و در نتیجه مقصداصلی تمامی کالاهایی است که در دنیا تولید می‌شود و مصرف کننده اصلی خانواده‌ها هستند. از سوی دیگر اگر مصارف را به خوراک، پوشاک، لوازم خانگی، بهداشتی-آرایشی، رفاهی، تفریحی، تشریفاتی و تجملی، مصارف حقوقی (مهر، هزینه همسر و خانواده) مصارف اخلاقی (کمکهای انسان دوستانه، انفاق، شرکت در امور خیریه) مسکن... تقسیم کنیم، مدیریت بخش عمده آنها کلاً به عهده زنان خانه دار است و بخش اندکی از آن (مانند خرید مسکن یا ماشین و کمک‌های خیریه اگر قابل توجه باشد) امری مشترک میان زن و مرد.

خانواده، مهمترین هدف تبلیغات کالا

هدف اساسی تبلیغات چیزی جز فروش بیشتر نیست، اما شگردهای مورد استفاده در آن باعث می‌شود که افراد و خانواده‌ها حتی بدون پول (به صورت قسطی) خرید کنند. تبلیغات باعث می‌شود افراد بیش از نیازهای خود خرید کنند. تبلیغات پیچیده سلیقه‌ها و علایق افراد را تغییر می‌دهد، ذائقه‌ها را دگرگون می‌سازد و روش زندگی آدم‌ها را برای مصرف بیشتر مدیریت می‌کند. مشکلات تبلیغ کالا در ایران به دلیل نبود رقابت جدی همانند کشورهای دیگر،

بیشتر است. در کشورهای دیگر تبلیغات دستکم از یک جهت به سود خریدار و مصرف کننده است و آن کاهش قیمت است که در نتیجه رقابت بدست می آید اما در ایران بسیاری از کالاها انحصاری است و رقابت اگر وجود دارد میان چند شرکت محدود است

توجه قانونگذار به ساخت رفتار مصرفی

متولیان قانون و قدرت نیز متوجه این حقیقت هستند که پیشگیری از مشکلات اقتصادی چه اهمیتی دارد به همین دلیل به وضع قوانینی که ناظر است به ساخت رفتار درست مصرفی اقدام کرده اند.

ماده ۱۳۲ قانون مدنی نیز ناظر است به همین مطلب «کسی نمی تواند در ملک خود به گونه ای تصرف کند که مستلزم اضرار به غیر باشد.» (میرخلیلی، ۱۳۹۲: ۱۲۴)

بند ششم از اصل ۴۳ سوم قانون اساسی بر «منع اسراف و تبذیر در همه ی شئون» تأکید کرده است. (باقری، ۱۳۹۱: ۱۸). سال ۸۸ اصلاح الگوی مصرف نام نهاده شد. سیاست کل نظام در برنامه چهارم توسعه اقتصادی بند ۲۷ به مدیریت رفتار مصرف کننده اشاره دارد. قانون مطبوعات، ماده ۲، قانون اهداف آموزش و پرورش (مصوب ۶۶) بند ۱۳ ماده ۲، از جمله مهمترین اهداف آموزش و پرورش «ایجاد روحیه قناعت، پرهیز از اسراف و تبذیر و مصرف زدگی» است. قانون ساماندهی مد و لباس (۱۳۸۵) اساس نامه حمایت از مصرف کننده؛ لایحه بخشیدگی بهای برق... همه اصلاح الگوی مصرف را مدنظر قرار داده اند. (میرخلیلی، ۱۳۹۲: ۲۷-۲۵)

مبنای دینی رفتار درست مصرفی

ساخت رفتار مصرفی درست، مبنای دینی بسیاری متقن و محکمی دارد. رفتار مصرفی نادرست، اسراف منابع است و این اضرار به غیر تلقی می شود و از نگاه دینی ممنوع. (همان: ۱۲۴) مصرف درست محور آموزشهای اقتصادی از منظر دین است. اسراف، تبذیر، اتلاف، اطراف، تقتیر... مفاهیم دینی است که همه ناظر هستند به رفتار مصرفی و ساخت رفتار مصرفی درست که به آنها قبلا اشاره شد.

اصل «پایداری» و ساخت فرهنگ رفتار مصرفی درست

یک اصل از اصول دیدگاه توسعه انسانی «پایداری» است. منظور از پایداری در توسعه انسانی آن است که نسل فعلی مسئولیت دارد به گونه‌ی عمل نماید تا نسلهای آینده هم بتوانند از منابع محدود بهره مند شوند. (شادی طلب، ۱۳۸۱: ۵۳) هرچند دین منابع را غیرقابل شمارش می‌داند اما منکر محدودیت آن نیست. تنها غنی بالذات پروردگار عالم است و در نتیجه منابع نیز محدودیت دارد. توجه به اینکه نسلهای بعدی نیز نیازمند همین منابع است، بدون فرهنگ سازی چگونه می‌تواند حاصل شود؟!۴

نگاه اسلام به الگوی مصرف و رفتار مصرفی صحیح

چنانچه کلمه اقتصاد به معنای میانه روی و اعتدال است، رفتار اقتصادی در اسلام به میانه روی توصیه شده است. آیات قرآنی که جنبه های منفی رفتار اقتصادی را مطرح می‌کنند درنهایت به اعتدال و میانه روی توصیه می‌کنند. (فرقان، ۶۵). اعتدال و میانه روی ملهم از خواستگاه قرآنی و حدیثی اقتصاد بر دو مولفه ذیل استوار است. ۱- سالم سازی سرمایه از راه کسب حلال، ۲- سالم سازی هزینه با پیروی از فرهنگ صحیح مصرف. براساس آموزه های قرآنی و حدیثی، میان اقتصاد خانواده و روزی حلال از یک سو، و میان سرمایه مادی (روزی حلال) و منابع غیرمالی (نیروی انسانی) از دیگر سو، تعامل دوسویه برقرار است. (شریفی - حسینی، ۱۳۹۳: ۱۸-۱۷) به این معنا که کسب حلال موجب برکت، افزایش رزق و روزی... می‌شود و بالعکس، کسب مال از راه های حرام، اموال مردم... موجب از بین رفتن برکت، از بین رفتن معنویت و باورهای دینی... می‌شود. به همین دلیل در نگاه دینی، اندوختن سرمایه از طریق حلال، خوردن لقمه حلال، پرداخت مالیات اسلامی، انفاق در راه خدا، کمک به هم نوعان، پرهیز از اسراف، تبذیر، اتلاف، اتراف و تقتیر از اهمیت برخوردار است. تفاوت نگاه اسلام به اقتصاد از واژه های فوق که محور توصیه های رفتار اقتصادی است مشخص می‌شود. اسلام کنز (انباشت سرمایه) را نمی‌پسندد درعین حال خست و سخت گیری (تقتیر) بر خانواده را نیز ناروا می‌داند. ریخت و پاش را مردود و مایه فقر، هلاکت، عدم محبوبیت نزد خداوند می‌داند و تبذیر را مردود و مبذرین را برادران

شیطان معرفی میکند. (یونس، ۱۲؛ شعرا، ۱۵۱، ۹؛ غافر، ۴۳، ۲۸؛ انبیاء، ۹؛ اعراف، ۳۱؛ اسراء، ۲۶/ و ۲۷)

این دقیقاً نقطه مقابل تصور و زعم عامه است که در پژوهش میدانی اثبات شده است. اسلام درعین به رسمیت شناختن مالکیت فردی، فرد را مجاز نمیداند که اموال خود را تلف کند صرفاً بدان جهت که ملک شخصی اوست. اتلاف به معنای اتلاف نعمت‌های پروردگار است و این مصداقی از به هلاکت انداختن است. (بقره، ۱۹۵) این دقیقاً همان چیز است که امروزه در اقتصاد به عنوان سرمایه و منابع ملی و نسل‌های آینده سعی دارند از اتلاف منابع جلوگیری کنند. اشاره‌ی کوتاه به الگوی مصرف صحیح از منظر دین به عنوان مبنایی برای فرهنگ سازی رفتار مصرف می‌تواند راهنمای روشن برای پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده‌ها باشد.

در قرآن کریم واژه «اسراف» و مشتقات آن مکرر به کار رفته است. در غالب موارد، مقصود از اسراف جنبه‌های اخلاقی، عقیدتی و تجاوز از حدود الهی است، و تنها در چهار مورد جنبه مالی را شامل می‌شود که با دو آیه «تبذیر» شش آیه می‌شود. اسراف به معنای زیاده روی در مصرف است اما تبذیر به معنای ریخت و پاش است.

بخورید و بیاشامید اما اسراف نکنید چون خداوند اسراف کاران را دوست ندارد (اعراف، ۳۱) در آیه‌ی دیگر ضمن منع اسراف تأکید شده است که خداوند اسراف کاران را دوست ندارد (انعام، ۱۴۱) در آیه دیگر اسراف کاران را اهل آتش معرفی نموده است. (غافر، ۴۳)

نکته جالب آموزه‌های اسلامی در این مورد انواع اسراف است. از جمله اسراف در انفاق، در مصارف شخصی، اموال. اسراف در انفاق اسراف در انفاق در آیه ۶۵ سوره فرقان منعکس شده است. کسانی هستند که هرگاه انفاق کنند نه اسراف می‌کنند و نه سخت‌گیری، بلکه در میان این دو اعتدالی دارند. (فرقان، ۶۵) تبعات اسراف، فقر، محرومیت از هدایت الهی، خشم پروردگار، هلاکت، کيفراخروی. انواع اسراف: تضييع اموال (زیاده روی، تبذیر، اتلاف، تقتیر، اطراف) مصرف نمودن در امور مضر، صرف کردن مال در محرمات.

اتلاف به معنای هلاک کردن و از بین بردن است

مترف به کسی می گویند که از توانگری به بیراهه رود. کسیکه که به میل خود رود. تپذیر به معنای کاشتن بذر است. درکاشتن، بذر را روی زمین می پاشند. کنایه از ریخت و پاش است. ریخت و پاش از منظر دین ممنوع و مردود است نه به جهت کمی نعمت بلکه به جهت اینکه ماحق نداریم نعمت های پروردگار را بیهوده و بی جهت به مصرف برسانیم و در نگاه امروزی و اقتصادی بدان جهت که منابع محدود تنها به نسل فعلی تعلق ندارد بلکه به نسلهای بعدی نیز تعلق دارد و ما حق نداریم آن منابع را صرفا با این توجیه که قیمت آنرا می پردازیم مصرف کنیم.

تقتیر یعنی نفقه را بر عیال تنگ گرفتن. خست به خرج دادن این هم از نکته های بسیاری مهمی است در حوزه مصرف و رفتار مصرفی از دید اسلام. درعین اینکه دین صرفه جویی، اقتصادی مصرف کردن (اعتدال و میانه روی در مصرف) را توصیه میکند، معنای آن به هیچ وجه در تنگ گذاشتن و تحت فشار گذاشتن اعضای خانواده نیست. این امر از منظر دین کاملا مردود است.

عادت دادن اعضای خانواده به مصرف مورد نیاز و نه اسراف

اصل حاکم بر مصرف «نیاز» است. (ایروانی، ۱۳۸۸: ۳۱-۳۰) در اقتصاد اسلامی نیاز را در سه سطح می دانند (سطح نیازهای ضروری زندگی، سطح کفاف زندگی، سطح رفاه زندگی) منتها نیاز نیز امری نسبی و دراز دامن است. گاه نیاز، نیاز واقعی نیست بلکه نیاز کاذب است که در نتیجه تبلیغات رسانه ها، خواسته های نفسانی و شاعن و اعتباری که فرد یا خانواده تصور می کنند پدید می آید. چگونه می توان اعضای یک خانواده را به رفتار مصرفی درست که مبتنی بر نیازهای واقعی و لازم زندگی زمانه باشد، عادت داد؟ بدون تردید این امر زمانی میسر است که فرد برای بقیه جنبه ای الگویی داشته باشد، توان اعمال قدرت و اثرگذاری بر بقیه را داشته باشد. به باور بسیاری (حتی آنانی که نقش خانه داری را طفیلی می دانند) باور دارند که زنان خانه دار در محیط خانه و خانواده و فرزندان، هم توان اثرگذاری تربیتی مهمی دارند و هم نقش مدیریت مالی

خانواده را به عهده دارند. (قندهاری، ۱۳۸۲: ۲۳۰، ۲۲۰) تحقیقات متعددی که در باره چگونگی توزیع قدرت در خانواده های ایرانی انجام شده است نشان دهنده ی چند نکته ی مهم و اساسی است. خانواده ها بسوی دموکراتیک شدن (تصمیم گیری به شیوه مجاب سازی و متقاعد سازی) پیش می روند؛ هرم قدرت بسوی افقی شدن در حال تغییر است و مشارکت زنان در اتخاذ تصمیم امور اساسی خانواده (مسکن...) که به نظر مردانه تلقی می شود تغییر یافته است. (اعزازی، ۱۳۹۰: ۷۶-۷۷) در نتیجه می توان گفت نقش تصمیم گیری مادران (بانوان خانه دار) در خانه جایگاه ارزشی خود را به تدریج باز می یابد. مادران و بانوان خانه دار، الگوی عینی اعضای خانواده مخصوصاً فرزندان هستند؛ ساعات استفاده از لوازم برقی، نحوه ی شستشو و میزان استفاده از آب، چگونگی استفاده از گاز، مصرف مواد غذایی، خرید لباس برای اعضای خانواده، دکوراسیون، تعویض لوازم... عمدتاً با مدیریت بانوان انجام می شود. مصرف درست و در تمامی موارد فوق، نه به عنوان نشانه ای از کم پولی بلکه به عنوان نشانه ای از مصرف صحیح و رفتار درست مصرفی اگر دائم رعایت شود، به مرور زمان و عملاً عادت عموم اعضای خانواده خواهد شد. نهادینه شدن این رفتار در اعضای خانواده به طور طبیعی به خانواده های دیگر، که اعضای همین خانواده شکل دهنده آن در آینده خواهد بود تسری خواهد یافت و عملاً تبدیل به یک فرهنگ صحیح در رفتار مصرفی خواهد شد. جالب این است که نتیجه پژوهشی نشان داد ۵۴٪ از افراد مورد مطالعه باور ندارند که اسراف و زیاده روی در مصرف بد (حرام) است. تصور آنان این است که انسان حق دارد سرمایه شخصی خود را به هر میزانی که دلش بخواهد مصرف کند. (میرمعزی، پیشین: ۴۱۹) حال اینکه این مسئله نه تنها از جنبه های دینی ممنوع است بلکه از نگاه علمی و اقتصادی نیز نادرست است. دلیل اقتصادی این امر آن است که هرچند ممکن است یک فرد به ظاهر از منابع مالی شخصی مصرف کند، اما زیاده روی در مصرف شخصی نیز موجب اتلاف منابع ملی می شود. انسان متمول بدون تردید در پرداخت قبوض آب و برق... مصارف خانگی با مشکلا مواجه نخواهد شد، اما همین زیاده روی در مصرف، باعث کاهش منابع ملی خواهد شد که دیگران نیز در آن شریک هستند و این از منظر دینی مصداق اضرار به غیر است و نیازمند فرهنگ سازی از درون خانواده ها.

از بین بردن چشم و هم چشمیها:

چشم و هم چشمی نوعی تلاش برای عقب نماندن است. از نظر روانشناختی وقتی معیارهای ارزشی در وجود فرد نهاده نشده باشد، برای او فقط دیگران مهم است؛ اما زمانی که معیارهای ارزشی برای فرد درونی شد، از وابستگی به نظر دیگران رها می شود و می تواند براساس معیارهای خود دست به انتخاب و گزینش بزند. چشم و هم چشمی گاه می تواند به افرادی که از رقابت با دیگران عاجز مانده است صدمات روحی و روانی جبران ناپذیر وارد کند. می تواند منجر به وسواس و اختلالات رفتاری یا فروپاشی خانواده ها بشود. (ضمیری، ۱۳۹۰: ۱۷۶) آیه قرآن نیز به زیبایی به این مطلب اشاره دارد. بدانید که زندگی دنیا... فخر فروشی در میان شماست، دنیا جز متاع فریب نیست. (حدید، ۲۰) قرآن در ضمن نکوهش مورد قبلی، رقابت مثبت را توصیه می کند «فاستبقوا الخیرات»؛ در کارهای خیر مسابقه دهید. (بقره، آیه ۱۴۸؛ مائده، آیه ۴۸) بنابراین نبود چشم و هم چشمی در بانوی خانه دار خود یک مزیت و پتانسیل است که موجب گسترش فرهنگ درست و اهمیت ندادن به چشم و هم چشمی، و داشتن معیارهای باثبات در تمامی ابعاد زندگی از جمله رفتار مصرفی، در بقیه اعضای خانواده می شود.

عادت دادن به جلوگیری از مدگرایی

«مد»ها الگوهای فرهنگی ای هستند که توسط بخشی از جامعه، پذیرفته می شوند و دارای یک دوره ی زمانی نسبتاً کوتاه اند سپس فراموش می شوند. هر چند مدگرایی تاحدودی ریشه در تنوع طلبی و روحیه متفاوت بودن انسان دارد ولی آثار تبلیغات را نباید نادیده انگاشت. شرکت های بزرگ و غول آسای کشورهای قدرتمند با تبلیغات عظیم و گسترده، برندها و مارکهای خود را، با شگردهای پیچیده ی تبلیغاتی به مردم می قبولانند. ذهن و ذائقه آنان را برای مصرف کالاهای که حامل نمادهای فرهنگی و ارزشی آنان هستند، آماده می کنند و به عنوان یک اولویت جلوه می دهند. گاه وضعیت به گونه ای می شود که نداشتن آن کالاها برای طبقات اجتماعی نوعی کسر شأن و عقب ماندگی محسوب می شود. حال اینکه حاصل آن سرازیر شدن پولهای کلان به جیب شرکتهای چند میلیتی است. مدگرایی به لحاظ فرهنگی نیز تبعات منفی بسیاری در پی دارد

و یکی از روشهای نفوذ فرهنگی تلقی می شود. خانواده بدون تردید زیربنای رفتارهای است که منطق حاکم بر رفتار مصرفی افراد را مشخص می کند و به مدگرایی می تواند متناسب با فرهنگ و ارزشهای حاکم بر جامعه و توانایی های اقتصادی خانواده ها جهت دهی نماید. ایجاد فرهنگ مصرف کالاها و محصولات داخلی در خانه.

تولید در یک کشور پایه و اساس اقتصاد است، اما در دنیای امروز رقابت فشرده و سهمگین است. رقابت با غولهای بزرگ اقتصادی دنیا کار آسانی نیست و در این میان بدون حمایت های جدی خانواده به عنوان مصرف کننده اصلی، تولیدات داخلی به سادگی پانمی گیرد. این امر نیز می تواند به عنوان یک فرهنگ از درون خانه ها آغاز شود. انتخاب کالاهای مصرفی عمدتاً به عهده بانوان است. (چه خود خریدار مستقیم باشند چه سفارش دهنده خرید) بنا براین اینکه چه کالایی و محصول و تولید کدامین کشور خریداری شود (داخلی یا خارجی) بسیار مهم است و می تواند کمکی به اقتصاد کشور باشد.

ترویج فرهنگ ساده زیستی همسو با سلامت و بهداشت

ساده زیستی روش زندگی مسلط در زندگانی امامان معصوم و شخص پیامبرگرامی اسلام بود. ساده زیستی به هیچ وجه با خوب زندگی نکردن یکی نیست. ساده زیستی درحقیقت شیوه ای از زندگی است که کمتر زمینه های چشم و هم چشمی را فراهم می سازد. خوب است روش زندگی پیشوایان دین را به عنوان الگویی در زندگی شخصی مورد بهره برداری قرار دهیم.

مدیریت بودجه خانواده

چگونگی مدیریت بودجه خانواده بسیار مهم است و می تواند در وضعیت اقتصادی خانواده اثر مهمی داشته باشد.

حداکثر سازی رفاه

حداکثرسازی رفاه با جهت دهی مناسب مصرف به سمت نیازهای ضروری و مهم. چنانچه اشاره شد، امروزه تبلیغات ذهن و فکر آدمهارا تغییر داده و ذائقه آنها را دگرگون می کند. لذا بسیار

موارد انسان تحت تأثیر تبلیغات اقدام به مصرف می‌کند. بهبود وضعیت رفاهی خانواده مستلزم آن است که میانه روی در مصرف را وجهه همت خود و فرهنگ حاکم بر خانواده قرار داد. این شعار در مورد رفتار مصرفی بسیار دقیق انتخاب شده است. صرفه جویی درست مصرف کردن است.

مدیریت سفرها

بخشی از درآمد خانواده ها به سفر، تفریحات... اختصاص می یابد. تردیدی نیست که در زندگی ماشینی امروز، سفر و تفریح لازمه زندگی است. رشد جمعیت و آپارتمان نشینی باعث شده است که کودکان عمدتاً در محیط‌های بسته رشد کنند. کارهای طولانی و مشغولیت دائمی برای مردان و زنان خستگی روحی و روانی به همراه دارد، لذا سفر و تفریح لازمه زندگی امروزی و از ضروریات زندگی شهرنشینی است. رفتار درست مصرفی با دوری از اسراف و تبذیر می‌تواند در این مورد نیز کمک کند.

مدیریت خریدهای خانه

مدیریت خرید خانه (لوازم غیر ضروری منزل...) خانواده های بسیاری، سالیانه لوازم خانگی خود را عوض میکنند. جدایی از هزینه های کلان مالی و اقتصادی، جنبه اسراف و تبذیر نسبت به این مسئله را نباید از نظر دور داشت. اگر مصداقی از اسراف یا تبذیر باشد، از نظر دین ممنوع است (حرام). بعینه موارد بسیاری این مسئله جنبه چشم و هم چشمی پیدامیکند و بسیاری خانواده ها ناگزیر تحت تأثیر چشم و هم چشمی اقدام به خرید، تعویض اساس منزل، تغییر دکوراسیون... می کنند. در صورت نداشتن درآمد کافی و یا داشتن مشاغل بی ثبات، چنین چیزی می تواند موجب کاهش توانایی خانواده در خرید لوازم ضروری یا کاهش توانایی خانواده در مواجهه با مشکلات دیگر (بیماری، تصادف...) شود که در واقع مهم تراست اما از قبل پیش بینی نشده است.

مدیریت خرید وسایل اعضای خانواده

مدیریت خرید وسایل و لوازم اعضای خانواده: بدون تردید، منطق حاکم بر خرید های خانه

براین مورد نیز تسری می‌یابد. بخش زیادی از هزینه‌ها، در خرید لوازم و نیازهای اعضای خانواده مصرف می‌شود. این موارد از ابزارهای الکترونیک (موبایل، تبلت، لپ‌تاب، هزینه‌های اینترنت، شارژ، کارتهای اعتباری حمل و نقل...) تا لباسها و ابزارهای آموزشی، ورزشی... را در بر میگیرد. منطق حاکم بر رفتار در خانواده مشخص خواهد نمود که افراد اعضای خانواده در رفتار مصرفی خود چگونه هستند. اسراف کار، معتدل و میانه رو، ولخرج، یا مقتصد...

مدیریت تغذیه

بدون تردید، تغذیه نقش مهمی در زندگی دارد. اما اینکه چه تغذیه‌ای می‌تواند مفید و مقرون به صرفه باشد، امریست که تحت تأثیر عوامل مختلفی تغییرنموده است. تبلیغات مواد غذایی یکی از پررنگ‌ترین و اشتها برانگیزترین تبلیغاتهای رسانه‌ای است. تبلیغات، ذائقه آدمها را تغییر داده و آنانرا به مصرف مواد غذایی کارخانه‌ها... تشویق میکند. این درحالیست که بسیاری از مشکلات، بیماریها... معلول محصولات غذایی متنوعی است که کسی نمی‌داند فی الواقع مواد اولیه آن چیست، تاریخ واقعی تولید آن چه زمانبست و چه مدتی طول کشیده است تا بدست مصرف‌کننده برسد. این درحالیست که به لحاظ سلامت، اطمینان و تازگی، هیچ غذایی بیرونی (اعم از بسته بندی شده و غیره) به تازگی، اطمینان و سلامت غذای خانگی نمی‌رسد.

مدیریت بهداشت و درمان

۴-۱- مدیریت درست و مناسب مصرف داروهای مورد نیاز.

یکی از اقلام مصرفی مورد نیاز خانواده مصرف داروها است. بسیاری خانواده علاقه ویژه‌ی دارند به مصرف داروهای خارجی درحالیکه مشابه داخلی آن نیز موجود است. استفاده مفرط و بی حساب از آنتی بیوتیکها... که در مجموع می‌تواند مضر نیز باشد.

۴-۲- مدیریت کالاهای بهداشتی و آرایشی مورد نیاز و نه غیر ضروری:

ایران از پرمصرف‌ترین کشورها در کالاهای آرایشی است. مبالغ صرف شده برای اقلام آرایشی توسط خانواده‌ها و بانوان نجومی و شگفت‌آور است. گردش مالی هزینه‌های عمل جراحی بینی از سال ۸۸ سال ۹۵ از ۷۳ میلیارد تومان به ۲۰۰ میلیارد تومان رسیده است! گردش مالی

محصولات آرایشی در ایران از سال ۹۲ - سال ۹۵ از یک میلیارد و چهارصد میلیون به ۱/۲ میلیارد و صد میلیون دلار افزایش یافته است و جمعا ۴/۵ درصد درآمد سالانه خانواده‌های ایرانی را شامل می‌شود. حال اینکه هزینه امور فرهنگی خانواده‌ها حدود ۲٪ درصد از درآمد سالانه را شامل می‌شود. رسانه‌های ماهواره‌ای نیز به این مسئله برای کسب درآمدهای سرشار و مفت تاحداً امکان دامن می‌زنند. اصلاح رفتار مصرفی در مورد کالاهای آرایشی مورد نیاز، توجه به آموزه‌های دین در مورد حدود مجاز آرایش... اعمال آن در محیط خانه و خانواده نقش مهمی می‌تواند در تغییر و اصلاح رفتار مصرف‌یافتا کند و از مصرف بی‌مورد مبالغ کلان برای این مورد جلوگیری نماید. زنان در این مورد بی‌هیچ شک و تردیدی محورهستند.

برد باری در ایستیفای حقوق در وضعیت‌های خاص و تنگناهای مالی خانواده

۱- نفقه. نفقه از حقوق زن بر مرد است و مرد ملزم به تأمین نفقه است. اما همیشه وضعیت اقتصادی مطلوب و ایده‌آل باقی نمی‌ماند. زنان می‌توانند با کاهش سطح توقعات خود مخصوصاً در دوران سخت اقتصادی از تحمیل مشکلات اقتصادی بیشتر خانواده جلوگیری نمایند و یا مانع از افزایش مشکلات اقتصادی خانواده بشوند.

۲- مهریه: به لحاظ قانونی مرد در صورت درخواست زن موظف به پرداخت مهریه است. اما امروزه نفس پرداخت مهریه تبدیل به معضلی بزرگ شده است. امار چند هزار نفری زندانیان مهریه این واقعیت را نشان می‌دهد. بسیاری مهریه‌های سنگین تعیین می‌کنند و سنگینی مهریه را نمادی از شخصیت و ارزشمندی خود تلقی یا تصور می‌کنند. با اجرا گذاشتن آن و ناتوانی مرد از پرداخت، به زندان رفتن مرد و فروپاشی خانواده منجر می‌شود. لذا در این امر نیز خانواده‌ها مخصوصاً بانوان می‌توانند نقش مهمی ایفا نمایند. الگوهای دینی مهمی در این مورد وجود دارد که می‌تواند مبنای عمل ما باشد. از منظر دین، مهریه سبک و کم باید تعیین شود؛ زنان می‌توانند آنرا هم به عنوان الگوی مذهبی و دینی و هم به عنوان یک فرهنگ که ارزش انسانی انسان را نه به مهریه بلکه به امور مهمتر و با ارزشتری پیوند می‌زنند مطمح نظر قرار داده و به امور مهمتری که می‌تواند استحکام و پایداری خانواده و زندگی مشترک را کمک کند بپردازند.

راهکار عملی برای پیشگیری از مشکلات اقتصادی خانواده

هرچند این راهکار الزاما امری نیست که وابسته به زن خانه دار باشد، اما از آنجایی که زن خانه دار متولی مدیریت منابع درونی خانه است، می تواند از این راهکار عملی برای مدیریت درست منابع خانه بهره برد و در نتیجه از مشکلات احتمالی اقتصادی برای خانواده جلوگیری نمود. بی دقتی و مصرف نمودن بی حساب و کتاب شاید یکی از دلایلی باشد که خانواده ها را با مشکلات مواجه میکند. (موسسه آموزشی - پژوهشی امام خمینی، ۱۳۸۴: ۷۷-۶۸) اگر خانواده ای به دقت بتواند مصارف ضروری و غیر ضروری، اولویت های مصارف روزانه، هفتگی، ماهیانه و سالیانه و موارد احتمالی را در نظر بگیرد، دست کم برای مشکلات آینده ی خود فکری کرده است. خلاصه ی این راهکار عملی را به صورت ذیل می توان ارائه نمود.

۱- جدا سازی درآمد (مشخص نمودن دقیق درآمد روزانه، ماهیانه، سالیانه)

۲- مشخص نمودن کامل هزینه ها (هزینه های روزانه (شنبه، یکشنبه، دوشنبه، سه شنبه...) هفتگی (سرجمع هفته اول، دوم، سوم، چهارم) ماهیانه (مجموع هزینه یک ماه و هفته های یک ماه؛ سالیانه (مجموع هزینه یک سال و هزینه های هر ماه سال)؛

۳- تفکیک هزینه به ضروری و غیر ضروری (خوراکی، پوشاکیها، مسکن، خدمات، دارو، تفریحات، فرهنگی،...)

۴- تهیه جدول هزینه های ضروری و غیر ضروری که در صورت بهبود وضعیت بتوان به آنها رسیدگی نمود.

۵- تهیه فهرستی از نیازهای غیر ضروری اما مورد نیاز که در صورت بهبود وضعیت اقتصادی به ترتیب اهمیت و اولیت بتوان آنها را تهیه نمود.

ب: نقشهای حل نمودن مشکلات اقتصادی خانواده (نقشهای پولساز)

نقشهای فرهنگ ساز، نقشهای پیشگیری از مشکلات اقتصادی خانواده بود، اما نقشهای «حل نمودن» نقش هایی پولساز است که پس از وقوع مشکل مطرح نظر است. این نقشها مستلزم فعالیت های اقتصادی است و فرض آن است که مشکل اقتصادی دامنگیر خانواده شده

است. برای حل نمودن مشکلات اقتصادی خانواده، زنان چه نقشی می توانند ایفا نمایند؟ از منظر دین، و قانون اساسی کشور، تأمین مخارج خانه به عهده مرد است. به همین دلیل، نگاه به نقش اقتصادی زن جنبه طفیلی دارد و به عنوان وظیفه اصلی تلقی نمی شود. اما در صورتی که خانواده به هردلیلی با مشکلات اقتصادی مواجه شود، تمامی اعضای خانواده مخصوصاً بانوان خانه دار از این مسئله متأثر می شوند و در نتیجه در تلاش و تکاپوی حل مشکلات که یک واکنش کاملاً طبیعی است بر می آیند. مشکل پیش آمده یا ریشه در سرپرست خانواده دارد (فوت، اعتیاد، طلاق سرپرست) یا ریشه در اقتصاد (کم شدن درآمد، ورشکستگی، بیکاری، وضعیت های خاص اقتصادی و بحران...) در وضعیت اول معمولاً زنان نقشهای دوگانه ای را ناگزیر متحمل میشوند. هم جای مرد را باید پر کنند و هم ناگزیر به عنوان مادر و خانه دار به ایفای نقش می پردازند. به این طیف از زنان (که مسئولیت تأمین نیازمادی خانواده را به عهده می گیرند) اصطلاحاً «زنان سرپرست خانوار» میگویند. (محمدی، ۱۳۸۵: ۱۳) براساس گزارش کمیسیون اجتماعی مجلس (۱۳۹۷/۴/۲) تعداد زنان سرپرست خانوار به بیش از سه میلیون نفر می رسد.

الف-۱- نقشهای درون خانه، ۱-۱- نقشهای سنتی (خیاطی، آرایشگری، قالی بافی، صنایع دستی...) ۱-۲- نقشهای مدرن و روز آمد (دنیای مجازی، گرافیک، برنامه نویسی، تبلیغات دنیای مجازی، بازار یابی...)

ب-۲- نقشهای بیرون خانه (تولید، مدیریتی، آموزشی، تخصصی) (محدودیت ها، موانع و مشکلات این نقش در دنیا و ایران) مزاحمت های جنسی، نداشتن امکانات مهدکودکها، دستمزد کم، مرخصیهای مشکلات زنان..، تمایل نداشتن برخی زنان (نمونه لهستان پس از کمونیسم یا زنان ژاپنی) امتیازات: در صورت داشتن تخصص بالا و جایگاه مهم در شغل (عمده محدودیت های نقش از بین می رود)

کمک به حل مشکلات اقتصادی با فعالیت های متناسب در کسب و کارهای کوچک یا بزرگ

کارهای خانگی

از دوران های بسیار دور تاریخ، برخی صنایع خانگی اختصاصاً به زنان تعلق داشته است. نخ

ریسی، بافندگی، قالی بافی، خیاطی، آرایش گری... امروزه نیز زنان برای کمک به اقتصاد خانواده در این مشاغل فعالیت می کنند.

کارهایی در قالب کسب و کارهای خرد.

زنان بسیاری امروزه، همان کارهای خانگی را توسعه داده و در قالب کارگاه ها و کسب و کارهای کوچک بردامنه فعالیت های خود افزوده اند. این مشاغل از خیاطی، تولیدی های پوشاک زنانه، آرایشگاه های رسمی و بیرونی، فروشگاه های اختصاصی و کالاهای مورد نیاز زنان را شامل می شود.

کارهای ناظر به فناوری اطلاعات و دنیای مجازی

امروزه به مدد پیشرفت روز افزون فناوری اطلاعات امکان انجام کار در محیط خانه تا حدود زیادی توسعه یافته است و این امکان مخصوصا در دنیای مجازی تفاوتی میان مردان و زنان ندارد. در حقیقت در دنیای مجازی کسی نمی داند صاحب کسب و کار موفق دنیای مجازی مرد است یا زن. مجموعه مشاغلی که زنان نیز می توانند با استفاده از فرصت های نوین علم و دانش استفاده کنند کم نیست. امروزه هزاران شغل مبتنی بر کامپیوتر و فناوری اطلاعات و اینترنت است و این امکان بصورت مساوی هم در دسترس بانوان است و هم مردان. دولت مداران می توانند در این زمینه برنامه ریزی های لازم را داشته باشند تا امکان اشتغال بیشتر بانوان در این عرصه های جدید را فراهم سازند.

کسب و کارهای بزرگ

به باور این قلم اقدام به کارهای بزرگ نیز امروزه برای زنان با تحصیلات بالادور از دسترس نیست. اگر زنی در موقعیت بالای شغلی قرار داشته باشد مشکلات بسیاری که در نتیجه اشتغال ممکن است عارض شود، عملا برطرف و یا تقلیل خواهد یافت. براساس تحقیقات انجام شده، بانوانی که موقعیت شغلی خوب و برجسته دارند از رضایت شغلی بالایی برخوردار هستند و با مشکلات کمتری در انجام نقشهای کاری خود مواجه می شوند. (زعفرانچی، ۱۳۸۸: ۳۱۰)

میان سواد و شغل و در نتیجه درآمد ارتباط مستقیمی برقرار است. با افزایش سطح سواد، سطح فقر نیز کاهش می‌یابد. (محمدی، ۱۳۸۵: ۱۳۵) بنابراین، داشتن تحصیلات بالا، داشتن مهارت‌های خاص، دانش خاص، تجربیات خاص کاری... همه انتخاب‌های زنان را توسعه می‌دهد و امکان دست‌یابی به موقعیت‌های شغلی با تش‌های کمتر، تعارض‌های کمتر، محیط‌های زنانه و مناسب‌تر، محیط‌های با ضریب امنیتی بالا، موقعیت‌های شغلی متناسب با فیزیولوژی زنان، موقعیت‌های برتر شغلی را فراهم می‌سازد. پژوهش‌های انجام شده در باره‌ی اشتغال زنان (هرچند ناظر است به زنان سرپرست خانوار اما حاکی از مشکلات عمومی زنان در زمینه اشتغال است) به علاوه آنچه اشاره شد، پیشنهادات و راهکارهای ذیل را برای بهبود وضعیت شغلی زنان ارائه می‌کنند. ایجاد امنیت شغلی، آموزش مهارت‌های شغلی، ایجاد تعاونی‌ها و تولیدی‌های مخصوص زنان، ایجاد مجاری ویژه وام‌دهی مخصوص زنان، تأمین حمایت و مراقبت از کودکان زنان شاغل، توانمندسازی زنان... شناسایی استعدادها و قابلیت‌های زنان... (محمدی، پیشین: ۱۴۲-۱۴۱) همه‌ی اینها درگرو برنامه ریزی‌های کلان و سیاست‌گذاری است که دولت باید انجام دهد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با بررسی مبانی نظری رهیافتهای مسلط در این موضوع، دیدگاه متفاوتی ناظر به موضوع زن و نقش آن در پیشگیری و حل مشکلات اقتصادی خانواده ارائه نمود. دیدگاهی که با دیدگاه‌های مسلط در این موضوع همسویی ندارد، اما با ارزش‌های حاکم بر جامعه، ارزش‌ها و معیارهای دینی و مذهبی، واقعیت‌های عینی اجتماعی و واقعیت عینی زندگی زنان، مطابقت بیشتری دارد. حاصل پژوهش، تفکیک قائل شدن، میان مشاغل ناظر به پیشگیری و حل نمودن مشکلات اقتصادی خانواده است که زنان می‌توانند با اولویت قرار دادن نقش‌های پیشگیری که از آن به «نقش‌های فرهنگ ساز» یاد می‌شود (درمقابل نقش‌های پولساز) اقدام به فرهنگ‌سازی رفتارهای درست مصرفی در محیط خانواده نمایند. مبنای فکری فرهنگ‌سازی رفتار مصرفی، نگاه اسلام به مقوله رفتار مصرفی است. با استناد به آیات اقتصادی قرآن، پژوهش‌های انجام شده در مورد اهمیت

اصلاح رفتار مصرفی و اسراف و تبذیر، آمار و ارقام اسراف و تبذیر در موارد منابع و کالاهای ملی (آب، برق و گاز) و ارتباط رفتار مصرفی ناصحیح در اموال شخصی با اتلاف منابع ملی... حاصل پژوهش در باب نقشهای پولسازو حل نمودن مشکلات خانواده ناظر است به اولویت قرار دادن، مشاغل خانگی در قالب مشاغل سنتی (خیاطی، قالی بافی...) و مشاغل مدرن (ناظر به فناوری اطلاعات، اینترنت و دنیای مجازی). دیدگاه این پژوهش، سیاست گذاری و حمایت از بانوان علاقه مند به اشتغال در این قلمرو است با حفظ موقعیت سنتی خانه داری. کمک به حل مشکلات اقتصادی خانواده از طریق کسب و کارهای بزرگ، فنی و تخصصی که در آن زنان در موقعیت های شغلی برتر هستند توصیه این فراز است. اشتغال همسطح با مردان در موقعیت های کاری برابر با مردان (کارخانه ها، تولیدی ها...) که مستلزم مشکلات امنیت روانی برای بانوان نشود، آخرین اولویت به منظور حل نمودن مشکلات اقتصادی خانواده است. ایده اصلی پژوهش، تکیه بر نقشهای فرهنگساز به عنوان نقشهای اصلی بانوان خانه دار به منظور پیشگیری از مشکلات اقتصادی خانواده است.

کتابنامه

- استیلرمن، جونل، **جامعه شناسی مصرف**، ترجمه مرجان همتی، تهران، کتاب مهربان، ۱۳۹۶
- اعزازي، شهلا، **دگرگونی در نقش زنان**، تهران، نشر علم، ۱۳۹۰
- ایروانی، جواد، **الگوی مصرف در آموزه های اسلامی**، مشهد، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، ۱۳۸۸
- بابایی، محمدرضا، **اقتصاد خرد**، تهران، موسسه فرهنگی هنری دانش پذیر، ۱۳۸۹
- باقری، شهلا، **اشتغال زنان در ایران**، تهران، شورای روابط فرهنگی و اجتماعی زنان، ۱۳۸۲
- بطحایی، سیدهاشم، **فمینیسم از نظر اسلام و دیگر ملل؛ نوید اسلام**، ۱۳۸۲،
- پاک نیا (محبوبه) مردیها (مرتضی) **سیطره جنس**، تهران، نشرنی، ۱۳۸۸
- توسلی زاده، توران، **پیشگیری از جرائم اقتصادی**، تهران، جنگل، ۱۳۹۲
- حکیم آبادی، محمد تقی گیلک، **اقتصاد رفاه با نگرش اسلامی**، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۲
- رستگار خالد، امیر، **خانواده، کار، جنسیت**، تهران، روابط عمومی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان، ۱۳۸۳
- زعفران چی، لیلا سادات، **اشتغال زنان**، تهران، دفتر مطالعات زنان، ۱۳۸۸
- سالاری فر، محمد رضا، **خانواده درنگرش اسلام و روانشناسی**، سمت، ۱۳۸۵
- سلطانی، مرتضی، **اخلاق تبلیغات بازرگانی**، قم، مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۴
- سول هوفمن، سوزان اورت، **زنان و اقتصاد خانواده، کار و درآمد**، مشهد، انتشارات دانشگاه فردوسی، ۱۳۸۹
- شادی طلب، ژاله، **توسعه و چالشهای زنان**، تهران، قطره، ۱۳۸۱
- شریفی (علی) حسینی (لینا سادات) **قهرمانی نیک (رقیه) اقتصاد خانواده در فرهنگ رضوی**، خراسان رضوی، پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، ۱۳۹۳
- شولتس، دوان، سیدنی آلن، **روانشناسی شخصیت**، ترجمه سید یحیی محمدی، ویرایش، هفتم، ۱۳۸۹،
- ضمیری، محمد رضا و همکاران، **درسنامه خانواده در اسلام**، قم، جامعه الزهرا، ۱۳۹۰
- طباطبائی، محمدحسین، ترجمه (۲۰ جلدی) **تفسیرالمیزان**، قم، جامعه مدرسین، ۱۴۰۲

غلامرضا مصباحی، کلیاتی از اقتصاد اسلامی، (مبانی، ارکان، اوصاف و شاخصها) تهران، دفتر نشر فرهنگ، ۱۳۸۵

قمصری، نرگس نیکخواه، تحول نگرش به زن و تأثیر آن در انقلاب اسلامی تهران، پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی، ۱۳۸۴

قندهاری، پردیس، زن و قدرت، تهران، بی نا، ۱۳۸۲

قرشی، سید علی اکبر، قاموس قرآن، دار الکتب الإسلامية - تهران، ششم، ۱۳۷۱

کلینی، محمدابن یعقوب، الکافی (۸ جلدی) تهران، دارالکتب اسلامی، ۱۴۰۷

کوئن، بروس، مبانی جامعه شناسی، ترجمه رضا فاضل و غلام عباس توسلی، تهران، سمت، پانزدهم، ۱۳۸۳

کلاتری، علی اکبر، اسلام و اصلاح الگوی مصرف، قم، بوستان کتاب، نهم، ۱۳۸۸

مجلسی، محمدباقر، بحار الانوار، بیروت، داراحیاء تراث عربی، (۱۴۰۳)

(محدث) نوری، محمدحسین، مستدرک الوسائل، قم، موسسه ال البيت، ۱۴۰۷

محمدی، زهرا، زنان سرپرست خانوار، تهران، روابط عمومی شورای فرهنگی - اجتماعی زنان، ۱۳۸۵

مطهری، مرتضی، نظام حقوق زن در اسلام، تهران، صدرا، پنجاه و پنجم، ۱۳۸۹

معصومی، سیدمسعود، فمینیسم در یک نگاه، قم، موسسه آموزشی- پژوهشی امام خمینی، ۱۳۸۴.

معاونت فرهنگی موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، اقتصاد و معیشت خانواده، قم، ۱۳۸۴

مهریزی، مهدی، زن و فرهنگ دینی، تهران، نشر هستی نما، ۱۳۸۲

میرخلیلی، سید محمود، اصلاح الگوی مصرف از منظر حقوقی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، ۱۳۹۲

نشریات

اصغری، محمود، خانواده و نقش آن در اقتصاد مقاومتی، پژوهشهای اجتماعی اسلامی، سال بیستم (شماره پیاپی ۱۰۲، پائیز ۱۳۹۳).

بنی فاطمه و همکاران، حسین، بازسازی معنایی نقش زنان در بنگاه های اقتصادی کوچک، نشریه زن در توسعه و سیاست، دور ۱۵، شماره ۴ زمستان

بیگی، محمد (بی تا) اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۵۰-۴۹،

دانشور، محمود، ماهنامه تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران، سال یازدهم، شماره ۶۸، اسفند

۹۱. گفتگو با محمود دانشور درباره کتاب « زنان و اقتصاد، کار، خانواده و درآمد»

مرتضوی، سید ضیاء امام خمینی و الگوهای دین شناختی در مسائل زنان، پیام زن، س ۸، ش ۷، مهر ۱۳۷۸

Webseite

<https://dictionary.abadis.ir/dehkhoda/> ۱۳۹۷/۶/۲۳

<https://www.mashreghnews.ir/news/۱۳۹۷/۶/۲۵>

<http://www.iribnews.ir/> (۱۳۹۷/۷/۲۰

<http://www.sensesculturalfarsi.org> (۱۳۹۷/۷/۲۰

<http://www.eghtesadonline.com> ((۱۳۹۷/۷/۲۰

<https://article.irna.ir/> (۱۳۹۷/۷/۲۰

ilna(۹۷/۷/۱۹) خبرگزاری ایلنا

<http://wikifeqh.ir/>)/۹۷/۷/۲۴

<http://vivannews.com/> ((۹۷/۷/۲۴

<http://www.shafaf.ir>