

خودی نشون میدی!)

ایول لاغر شدیا خوبه سن که بالا میره باید بفکر بود (چاق بودی بی ارزش بودی الان به چشم میای)

با اینکه خیلی لاغره یا چاقه یا پیره باز خوشگله ها (اینا بهم ربطی نداره و چاقی یا خیلی لاغری نازیبایی نیست زیبایی یک امر نسبه و سلیقه ای و هیچکس بدنش کالای تجاری نیست که با تاییدیه یکسری استانداردها قیمتش بره بالا)

بهرتره یاد بگیریم باهم باشیم نه علیه هم. ازین ادبیات کالا انگارانه استفاده نکنیم. شکستن این چرخه باطل از ما شروع میشه.

کارگران بی مزد و مواجبی به نام زنان خانه‌دار

«معصومه»، زنی میانسال با چند نوه است که بیشتر روزها پیش او می‌مانند. او می‌گوید کار خانه برایش «وظیفه قطعی» تلقی شده است؛ وظیفه‌ای که مردان خانواده هیچ‌گاه در آن شریک نیستند: «وقتی میهمانی داریم آن‌قدر خسته می‌شوم که فقط می‌خواهم همه چیز زودتر تمام شود، اما همسرم راحت می‌نشیند و لذت می‌برد. سال‌هاست کار خانه در خانواده ما فقط برای زن تعریف شده است».

برای او خانه‌داری با بالا رفتن سنش، کمتر نشده، بلکه به خاطر نقش مادر بزرگ بودن گاهی بیشتر هم شده است.

بیمه زنان خانه‌دار طرحی روی کاغذ، بدون پشتوانه اجرا

یک سال پس از آنکه سازمان تأمین اجتماعی هم‌زمان با روز مادر، از آمادگی خود برای بیمه کردن زنان خانه‌دار خبر داد، آمارها نشان می‌دهد هیچ تحول معناداری در وضعیت بیمه‌ای زنان رخ نداده است. طرح بیمه زنان خانه‌دار همچنان به صورت خویش‌فرمایی اجرا می‌شود؛ شیوه‌ای که در آن زنان باید شخصا حق بیمه بپردازند، درحالی‌که بخش عمده زنان خانه‌دار، شغل و درآمدی برای پرداخت حق بیمه ندارند و عملاً امکان استفاده از این طرح برای آنها فراهم نیست.

گزارش روزهای قبل سازمان تأمین اجتماعی درباره مستمری‌بگیران نیز شکاف عمیق جنسیتی را تأیید می‌کند؛ زنان به‌طور متوسط هفت سال کمتر از مردان سابقه بیمه‌پردازی دارند و میانگین مستمری آنها نیز به شکل درخور توجهی پایین‌تر است؛ به‌طوری‌که مستمری مردان در برخی موارد بیش از ۱۵۰ درصد بالاتر از زنان است. این اختلاف، نتیجه مستقیم همان مسئله‌ای است که سال‌ها درباره‌اش هشدار داده شده؛ خانه‌داری در ایران «شغل» محسوب نمی‌شود و در نتیجه هیچ سازوکار قانونی برای ایجاد سابقه بیمه ندارد. در قوانین ایران، خدمات زنان خانه‌دار به دلیل نداشتن دریافتی مالی، در تعریف شغل قرار

نمی‌گیرد و همین موضوع آنها را از پوشش بیمه اجتماعی محروم می‌کند و بسیاری از آنها منبع درآمدی برای پرداخت حق بیمه ندارند».

در نتیجه، زنان خانه‌دار و حتی شاغل کمترین سطح برخورداری از بیمه را در کشور دارند؛ وضعیتی که آنها را در دوران سالمندی، بیماری یا ازکارافتادگی در موقعیت بیشترین آسیب‌پذیری اقتصادی قرار می‌دهد. برآنان خانه‌دار روزانه ساعت‌هایی معادل یا حتی بیش از یک شغل تمام‌وقت کار می‌کنند، اما هیچ‌یک از این کارها در نظام بیمه‌ای کشور به رسمیت شناخته نمی‌شود.

افسردگی؛ نتیجه بی‌اعتنایی جامعه به زنان خانه‌دار

بسیاری از زنان خانه‌دار، احساس جابجایی از زندگی شخصی خود را دارند و به دلیل در خانه بودن، درک کاملی از جامعه ندارند؛ بنابراین در بسیاری موارد صاحب‌نظر نیستند. البته نوع نگاه بخش بزرگی از جامعه به آنها این موضوع را تشدید می‌کند؛ موضوعی که در بیشتر موارد منجر به طرد و شیوع افسردگی در آنها می‌شود.

در ایران، نقش خانه‌داری در عمل به رسمیت شناخته نمی‌شود؛ نه ارزش اقتصادی‌اش جدی گرفته می‌شود، نه به مهارت‌ها و بار روانی که دارد توجه می‌شود. با این نگاه تحقیرآمیز، طبیعی است فرد به تدریج احساس کند در زندگی پیشرفتی ندارد و برای خودش زندگی نمی‌کند. این دقیقاً همان مکانیسمی است که افسردگی را شعله‌ور می‌کند. به همین دلیل است که می‌گویم افسردگی این گروه بیشتر بُعد هویتی و اجتماعی دارد. احساس بی‌ارزشی، از جریان جامعه جابجایی یا مصرف‌کننده بودن عملاً از بیرون به درون تزریق می‌شود. بنابراین بیمار با حمله بیرونی زندگی می‌کند».

با این حال شرایط فرهنگی هر جامعه می‌تواند بار این فشار روانی زنان خانه‌دار را کم یا زیاد کند. روانپزشکان بر این موضوع تأکید دارند که در جوامعی که نقش مراقبتی و خانه‌داری به‌صورت رسمی و اجتماعی ارزش‌گذاری می‌شود، چه از طریق حمایت مالی، چه از طریق قواعد فرهنگی، شدت روان‌آسیبی کمتر است. وقتی یک جامعه برای مادری و مراقبت اعتبار قائل است، زن خانه‌دار، خود را غیرمفید یا بی‌هویت نمی‌بیند. بنابراین نتیجه روشن است؛ مشکل از خانه‌دار بودن نیست، از بی‌ارزش شدن خانه‌دار بودن است. وقتی نقش اجتماعی بی‌اعتبار می‌شود، افسردگی عملاً یک پیامد طبیعی است».

زنان خانه‌دار راه‌گزینی از این شرایط دارند که بخش مهم آن به دست جامعه انجام می‌شود و این روان‌پزشک توضیح می‌دهد: «راه‌گزین وجود دارد، اما نه با شعار. هیچ زن خانه‌داری با جملات انگیزشی و مثبت، وضعیت بهتری پیدا نمی‌کند.