

تبیین جامعه‌شناختی گرایش زنان به دست‌فروشی (مطالعه موردی زنان دست‌فروش در مترو)

مطالعات جامعه‌شناختی

(علمی - پژوهشی)

۱۹ (۱): ۱۱۲-۷۹

شاپا ۲۸۰۹-۱۰۱۰

نمایه در ISC

سهیلا صادقی فسایی^۱

دانشیار گروه جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

سمیه آجورلو

کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تهران

پذیرش: ۹۰/۱۲/۷

دریافت: ۹۰/۴/۲۰

چکیده

اگرچه امروزه بسیاری از موانع رسمی که زنان را مورد تبعیض قرار می‌داد، مرتفع شده است و زنان، در بسیاری از عرصه‌های اجتماعی، از جمله موقعیت‌های کاری مختلف مشغول فعالیت می‌باشند، اما نشانه‌های زیادی وجود دارد که موقعیت فروتر زنان را در جامعه آشکار می‌سازد. حضور زنان در مشاغل سطح پایین یا کم‌درآمد و بی‌ارزش شمردن کار زنان، همه از مواردی هستند که الگوهای عمیق مناسبات جنسیتی را در جامعه ما آشکار می‌سازد.

مقاله حاضر که مبتنی بر یک پژوهش کیفی است، سعی دارد تا با استفاده از نتایج حاصل از مشاهده و مصاحبه‌های عمیق که با ۳۰ زن دست‌فروش مترو انجام شده است، تجربه زیسته آن‌ها را آشکار سازد و موضوع دست‌فروشی و علل گرایش زنان به این پدیده را از دید آن‌ها بازگو کند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نیاز مالی، فضای زنانه، انعطاف‌پذیری شغلی و درآمد مناسب، از جمله عواملی است که زنان را به سوی دست‌فروشی سوق می‌دهد. از طرفی، با توجه به نتایج تحقیق، امکان شناسایی و دسته‌بندی زنان دست‌فروش در پنج گروه سرپرستان، همیاران، تفننجویان، مجرمان و عادت‌گرایان وجود دارد. اگرچه دسته‌های شناسایی شده، در نوع کار که همان دست‌فروشی است، مشترک می‌باشند، اما انگیزه‌های آن‌ها برحسب سه مفهوم نیاز و عادت و لذت می‌تواند متفاوت باشد.

کلید واژگان: مناسبات جنسیتی، پژوهش کیفی، دست‌فروشی، سرپرستان، همیاران، تفننجویان و عادت‌گرایان.

^۱. پست الکترونیکی نویسنده رابط: s_sadeghi@yahoo.com

مقدمه

تاریخ کار زنان نشان می‌دهد که آنان، بیشتر در شغل‌های نیمه‌وقت و سطح پایین و کم‌درآمد کار می‌کنند. بسیاری از زنان، به‌خاطر مسئولیت‌های خانه‌داری و مراقبت از بچه‌ها، مجبورند در خانه‌های خود به مشاغلی چون قالی‌بافی، خیاطی، بافتنی و... بپردازند. ویژگی زنان، به‌عنوان افراد خانه‌دار غیرمولد، پدیده‌ای است که در مراحل سرمایه‌داری صنعتی نمود پیدا کرد. قبل از سرمایه‌داری صنعتی، کلیه اعضای خانواده مجبور بودند که کار کنند. برای مثال، در بخش کشاورزی، زنان دوش‌به‌دوش مردان کار می‌کردند و یا در بخش صنایع کوچک، همچون کارگاه‌های قالی‌بافی و بافندگی و نخ‌ریسی نیز زنان در کنار مردان مشغول به کار بوده و هستند. اما در قرن ۱۹، زنان متأهل و بچه‌ها کم‌کم از کارخانه‌ها کنار گذاشته می‌شوند و با تأکید بر جدایی فضای خصوصی از عمومی، زنان عمدتاً عهده‌دار وظایف در حوزه خصوصی و مردان عهده‌دار نان‌آوری و کارکردن در حوزه عمومی می‌گردند.

امروزه، با توجه به مشکلات اقتصادی و بالارفتن هزینه‌های زندگی، این ایده که مردان، تنها نان‌آور خانوار باشند، مقبولیت ندارد. زندگی امروزی صرفاً با درآمد مردان نمی‌گذرد؛ لذا زنان دوباره به صحنه کار کشیده می‌شوند؛ اما زنان همواره، در سلسله‌مراتب کاری و حقوقی و منزلتی، پایین‌تر از مردان بوده‌اند. اگرچه بسیاری از زنان ممکن است کارهای خود را دوست نداشته باشند، اما شواهد نشان می‌دهد که بدون کار آن‌ها بسیاری از خانواده‌ها از عهده مخارج خود بر نمی‌آیند. از طرفی، کارکردن ممکن است تنها راهی باشد که استقلال مالی را برای زنان به ارمغان آورد و آن‌ها را از محرومیت‌های مادی که بعضاً ممکن است از جانب مردان بر آن‌ها تحمیل شود، تاحدی رهایی بخشد (Anderson, 1997).

تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که زنان، بیشتر در مشاغلی جذب می‌شوند که دست‌دوم و ناپایدار و از نظر درآمد، پایین‌تر هستند. ازجمله این مشاغل می‌توان به شغل دست‌فروشی اشاره کرد. دست‌فروشی ازجمله مشاغل با سابقه در تاریخ دادوستد در جهان است که نه‌تنها، در فرهنگ شهرنشینی، به‌عنوان مشاغل مزاحم و مصادیق آسیب‌رسان به سیمای شهر یاد نمی‌شود؛ بلکه جایگاه ویژه‌ای در رفع نیاز شهروندان داشته است. اجتماع دست‌فروشان، در بازارهای محلی، فرصتی بود تا مردم برای رفع بخش قابل توجهی از مایحتاج زندگی به آنان مراجعه کنند؛ اما با گسترش شهرها و لزوم نظم‌دهی به بخش‌های مختلف، دست‌فروشی به شغلی تبدیل شد

که با اشکال جدید زندگی اجتماعی کمتر همخوانی داشت؛ به‌همین دلیل دست‌فروشی، به‌مرور زمان، در قالب بازارها و فروشگاه‌های متنوع حل گردید و فروش کالاها در مراکز خاصی متمرکز گردید. پس از آن، دست‌فروشی تعریفی تازه و نه‌چندان مثبت یافت. امروزه، دست‌فروشی به‌عنوان شغلی کاذب مطرح است؛ از این‌رو بسیاری از سازمان‌ها چون شهرداری و نیروی انتظامی درصدد سامان‌دهی و مقابله با گسترش این پدیده عمل می‌کنند.

در جامعه کنونی، بخش قابل توجهی از دست‌فروشان زن را زنان دست‌فروش مترو تشکیل می‌دهند که با روندی تصاعدی در حال رشد است. طبق آمار به‌دست‌آمده از حراست کل مترو،^۱ تعداد دست‌فروشان که با آن‌ها از سوی مأمورین حراست مترو برخورد شده است، در سال ۸۶ برابر ۵۵۱ نفر، در سال ۸۷ برابر ۶۱۲ نفر و در سال ۸۸ برابر ۸۷۹ نفر می‌باشد.^۲ بدین ترتیب شناخت این گروه از دست‌فروشان، موضوع این مقاله است.

طرح مسئله

امروزه، حجم بسیاری از تردهای شهری با مترو انجام می‌گیرد. در کنار جمعیت انبوه مسافران، حضور افرادی در قالب دست‌فروش، علاوه‌بر اشغال فضایی که متعلق به مسافران است، سبب بروز ناپهنجاری‌ها و مشکلات عدیده‌ای گشته است. در سال‌های اولیه احداث مترو (احداث خط ۲ در سال ۷۷ صورت پذیرفته است)، به‌طور میانگین، روزانه ۵۰۰ نفر از مترو استفاده می‌کردند (به‌نقل از: مسئول برخورد با دست‌فروشان در نیروی انتظامی)؛ لذا حضور دست‌فروشان چندان لطمه‌ای به وظیفه اصلی مترو وارد نمی‌کرد؛ اما به‌مرور زمان بر تعداد این افراد افزوده گردید. قابل ذکر است که رشد صعودی تعداد زنان دست‌فروش در مترو، با جدایی واگن‌های بانوان (درواقع، به‌وجود آمدن یک فضای زنانه) اتفاق افتاد و همچنان با روندی تصاعدی رو به فزونی است.

^۱. این مرکز در ضلع جنوب‌غربی ایستگاه مترو واقع است.

^۲. قابل ذکر است آمار سال ۸۸ تا تاریخ ۱۲/۱۸ می‌باشد.

^۳. آمارهای مذکور علاوه‌بر تعداد برخورد با دست‌فروشان زن، شامل برخورد با دست‌فروشان مرد و متکدیان و دست‌فروش‌نماها نیز می‌شود.

امروزه، به‌طور میانگین، یک میلیون و هفتصد هزار نفر روزانه از مترو استفاده می‌کنند (به‌نقل از: مسئول برخورد با دست‌فروشان در نیروی انتظامی). وجود چنین جمعیت انبوهی، به‌همراه گروه روبه‌رشد دست‌فروشان، مشکلات عدیده‌ای را به‌وجود آورده و سبب بروز شکایات بسیاری از سوی مردم شده است. جمعیت روبه‌رشد دست‌فروشان، نه‌تنها امنیت مترو را خدشه‌دار ساخته است، بلکه کارایی مترو را نیز گاه‌به‌گاه به چالش می‌کشاند؛ از این‌رو شناخت اشکال جدید دست‌فروشی، شکل‌گیری و گسترش این پدیده در تهران و بررسی وجوه آسیب‌شناختی این پدیده، به‌لحاظ جامعه‌شناختی، اهمیت می‌یابد. بی‌شک، زنان دست‌فروش مترو یک جمع همگن و متجانس را تشکیل نمی‌دهند. اگرچه ممکن است آن‌ها در ویژگی‌هایی مشترک باشند، اما یقیناً در انگیزه دست‌فروشی و روی آوردن به این شغل، از تنوع خاصی برخوردارند؛ لذا بررسی جامعه‌شناختی و تبیین این مسئله و شناسایی سنخ‌های متفاوت دست‌فروشان ضروری به‌نظر می‌رسد.

اهداف پژوهش

تبیین گرایش زنان به شغل دست‌فروشی، شناسایی گروه‌های مختلف دست‌فروشان و همچنین، درک و تصور و تجربه زیسته زنان دست‌فروش، از اهداف کلی پژوهش می‌باشد. دیگر اهداف این پژوهش عبارت است از:

- بررسی دلایل انتخاب شغل دست‌فروشی؛
- علل انتخاب مترو به‌عنوان محل فروش اجناس؛
- شناخت مزایا و معایب شغل دست‌فروشی از نگاه دست‌فروشان؛
- شناسایی گروه‌های مختلف زنان دست‌فروش در مترو.

پیشینه تجربی

اگرچه مقالات و منابع متعددی درباره اشتغال زنان (یزدخواستی و احمدی، ۱۳۸۶؛ علویان، ۱۳۷۹؛ سفیری، ۱۳۸۰؛ موسوی، ۱۳۸۴؛ رستگار، ۱۳۸۵؛ فروزنده، ۱۳۸۴ و...) و مشاغل کاذب (احمدی شادمهری، ۱۳۸۶؛ نواح و دیگران، ۱۳۸۶) وجود دارد، اما کمتر به مسئله دست‌فروشی، آن‌هم به‌طور خاص در مترو پرداخته‌اند. بخشی از پژوهش‌های صورت‌گرفته در حوزه اشتغال زنان، بر موانع ورود زنان به بازار کار متمرکز شده‌اند که از جمله می‌توان به فرصت‌های نابرابر

آموزش حرفه‌ای، تفکیک جنسیتی آموزش، تقسیم جنسیتی مشاغل زنانه و مردانه، نحوه گزینش نیروی کار، ازدواج و مسئولیت‌های خانوادگی و... اشاره کرد. بخش دیگری از مطالعات به مسائل و مشکلات زنان شاغل اشاره کرده‌اند که می‌توان به تعارض نقش خانوادگی و شغلی، نابرابری در پرداخت دستمزد، نابرابری در ارتقاء شغلی، مشارکت نابرابر در تصمیم‌گیری‌ها و... اشاره کرد.

در مطالعاتی که به بررسی مشاغل کاذب پرداخته‌اند، عمدتاً به موضوعاتی چون فقر اقتصادی، بیکاری، مهاجرت، تمرکز جمعیت شاغلین در سن بالا که یادگیری مهارت در این سن را با مشکل مواجه می‌کند، تحصیلات پایین، نداشتن مهارت و سودآوری این مشاغل پرداخته‌اند و کمتر به تجربه زیسته صاحبان این مشاغل توجه شده است.

ملاحظات نظری

معمولاً روش‌های کیفی برای بررسی موضوعاتی مناسب است که در مورد آن‌ها اطلاعات چندانی نداریم. هدف از کاربرد چنین روش‌هایی، به‌دست آوردن فهم عمیق از یک موضوع خاص و یا یک موقعیت، به‌وسیله معانی است که افراد به آن موضوعات و موقعیت‌ها نسبت می‌دهند. روش‌های کیفی سعی می‌کنند که به مشارکت‌کنندگان نزدیک شوند و دنیا را از منظر آن‌ها درک کنند؛ لذا، در این‌گونه مطالعات، از نظریه خاصی پیروی نمی‌شود. هرچند که رویکردها و دیدگاه‌های نظری در شکل‌گیری زمینه تحقیق و در تجزیه و تحلیل داده‌ها، به‌عنوان مرجعی برای استناد، مورد توجه و ارزیابی قرار می‌گیرند.

بررسی‌های نظری، در زمینه اشتغال زنان، ما را به نظریات نابرابری‌های جنسیتی در بازار کار رهنمون می‌سازد؛ البته پیچیدگی این مسئله تنها با استفاده از این تئوری قابل تحلیل نیست و استفاده از چنین رویکردی تنها به‌دلیل قرابت بیشتر با موضوع تحقیق است. قابل ذکر است انتخاب این رویکرد، بعد از مطالعه اکتشافی از طریق مصاحبه‌های عمیق، صورت پذیرفته است. ماهیت پژوهش کیفی ایجاب می‌کند پژوهشگران با یک رویکرد نظری خاص به بررسی پدیده مورد نظر نپردازند؛ بلکه، با تکیه بر مصاحبه عمیق و کیفی، به دنبال پاسخ به سؤالات تحقیق باشند. همانند بسیاری از کشورهای جهان، در کشور ما نیز توزیع زنان و مردان در ساختار اشتغال تصادفی نیست؛ بلکه مشاغل، برحسب جنسیت، به مشاغل زنانه و مردانه تقسیم شده‌اند.

البته جنسیت، به‌تنهایی، توصیف‌کننده این ساختار دوگانه نیست؛ چراکه توزیع شغلی افراد از عوامل دیگری چون طبقه، تحصیلات، قومیت، نژاد، گاه مذهب و... متأثر است. اما، در این مقاله، تأکید بیشتر بر جنسیت به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در توزیع شغلی افراد می‌باشد. به‌طورکلی، نظریات نابرابری جنسیتی در بازار کار در ۳ دسته جای می‌گیرند: نظریه نئوکلاسیک^۱؛ نظریه بازار کار دوگانه^۲ و نظریه‌های فمینیستی^۳.

نظریه نئوکلاسیک

نظریه نئوکلاسیک، در پاسخ به این سؤال که چرا درآمد زنان کمتر از درآمد مردان است، به آموزش نیروی جسمانی و مسئولیت‌های خانوادگی و متغیرهایی اشاره دارد که عرضه کار از سوی زنان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بر این نکته تأکید می‌کند که زنان از سرمایه‌های کمتری از قبیل مهارت و آموزش و منابع مادی برخوردارند. به‌همین دلیل، از سوی بازار کار، کمتر مورد پذیرش بوده و درآمد پایینی را کسب می‌کنند (کار، ۱۳۷۹: ۱۶). از طرفی، تجربه کشورهای مختلف نشان می‌دهد که با بالا رفتن سطح تحصیلات زنان، به‌همان نسبت، وضعیت کاری آن‌ها بهبود نیافته است. در ایران نیز نتیجه مشابهی وجود دارد: بر مبنای آمار ارائه‌شده از سوی مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری افراد دارای تحصیلات عالی، در سال ۸۳، برای زنان برابر ۲۳٫۶ و برای مردان برابر ۹٫۳ بوده است. این مقدار در مقابل سهم مساوی (۵۰ درصدی) فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های دولتی و آزاد در همان سال است. آمار فوق بیانگر شکاف جنسیتی در اشتغال، با وجود از میان رفتن شکاف تحصیلی است (صادقی و کلهر، ۱۳۸۷).

تأکید اصلی نظریه کلاسیک‌ها بر سرمایه‌های انسانی است که زنان، به‌نسبت مردان، از میزان کمتری برخوردارند و بدین ترتیب، چنین فرضی را تقویت می‌کنند که عامل نابرابری‌ها، در حوزه اشتغال زنان، برخورداری از سرمایه انسانی پایین‌تر است. بدین ترتیب راه‌حل از میان بردن این نابرابری را در تقویت دانش فنی زنان دانسته‌اند، اما شواهد تجربی بر این امر صحه

^۱. Neo Classic Theory

^۲. Dual Labor Market Theory

^۳. Feminism Theory

نمی‌گذارد؛ به‌گونه‌ای که در بسیاری از کشورها، با افزایش آمار زنان تحصیل‌کرده، کاهش چشمگیری در نابرابری‌های موجود در زمینه اشتغال زنان دیده نمی‌شود.

تئوری بازار کار دوگانه

بعضی از جامعه‌شناسان و اقتصاددانان این‌گونه پیشنهاد می‌کنند که رشد سرمایه‌داری، زمینه را برای شکل‌گیری دو نوع بازار کار فراهم می‌کند. مشاغلی که در بخش‌های اصلی جامعه وجود دارد، معمولاً باثبات و دارای درآمد خوب و ترفیع هستند و مشاغلی که در بخش‌های ثانویه وجود دارد، ناپایدارتر و از نظر درآمد، پایین‌تر می‌باشند. براساس نظریه «بازار کار دوگانه»، کسانی که به‌خاطر ویژگی‌های ذاتی (جنسیت و قومیت و...) جذب بخش اول می‌شوند، پاداش و جوایز بیشتری کسب می‌کنند؛ حال آنکه کسانی که در بخش ثانویه جذب می‌شوند، به‌خاطر طبیعت کار در این بخش، پاداش کمتری دریافت می‌کنند و بیشتر، از کار بیکار می‌شوند و احتمال ترفیع و ارتقا در این بخش بسیار محدود و جزئی است (Bilton & else, 1981, 321-). (322).

بارن^۱ و نوریس^۲ (۱۹۷۸) این دو حوزه (بخش اولیه و ثانویه) را این‌گونه تعریف می‌کنند: «حوزه اصلی با مشخصه‌های کار مطمئن، دارای حقوق بالا و چشم‌انداز زیادی برای ارتقا در محیطی امن و دلپذیر است. ویژگی حوزه فرعی نیز کارهای بی‌ثبات و کم‌دستمزد و اغلب غیرتخصصی است» (Barron & Norris, 1976). بر این اساس، کارفرما هر فرد را در بخشی می‌گمارد که به گمانش، با استعداد و صلاحیت و مهارت‌های آن فرد بیشترین تناسب را دارد. از آنجاکه اغلب کارفرمایان درباره ویژگی‌های کارکنان زن تصورات کلیشه‌ای دارند، زنان را درمقایسه با مردان، بیشتر در مشاغل درجه دوم می‌گمارند. تحصیلات دانشگاهی روزافزون زنان نیز تغییر چندانی در این الگوها ایجاد نکرده است. نگرش به کارکنان مرد هم به‌نوعی کلیشه‌ای است؛ چون از آن‌ها انتظار دارند با ساختار حرفه‌ای کار سازگار شوند، پیوسته خدمات ارائه دهند و پیوسته به منافع شرکت وفادار باشند (گرت، ۱۳۷۹: ۱۴۳).

به‌نظر می‌رسد، در توضیح تقسیمات جنسیتی در اشتغال، با یک دور بسته مواجه‌ایم. زنان کار خود را ثانویه می‌دانند؛ چون عمدتاً در مشاغل پایین‌تر با دستمزدهای ناچیز جذب می‌گردند و

¹. Barron

². Norris

معمولاً به آن‌ها کارهایی پیشنهاد می‌شود که از درآمد و ثبات کمتری برخوردار است؛ درحالی‌که هیچ مبنای منطقی در این رابطه که کار زنان نسبت به مردان ثانویه است، وجود ندارد (Bilton & else, 1981).

نظریه‌های جنسیتی

نکته اصلی نظریه‌های جنسیتی این است که موقعیت زنان، در بازار کار و در خانه، با یکدیگر مرتبط و جزئی از یک سیستم کل اجتماعی است که در آن، زنان تابع مردان هستند (کار، ۱۳۷۹: ۲۴). این ذهنیت نه تنها به عنوان یک باور عمومی در میان مردان دیده می‌شود، بلکه بر بسیاری از زنان نیز تسلط یافته است؛ به طوری که در اغلب مواقع، بسیاری از زنان اسیر این تصور نادرست هستند. نقش عمده نظریه‌های جنسیتی، نشان دادن این مطلب است که موقعیت زنان در بازار کار را می‌توان جزئی از کل سیستم اجتماعی که در آن، زن‌ها تابع هستند، در نظر گرفت. در بسیاری جوامع، حتی هنگامی که زنان در بیرون از خانه اشتغال دارند، کار خانگی و مراقبت از فرزندان برعهده زنان است. این درحالی است که با تبدیل خانواده‌ها به خانواده‌های هسته‌ای، نه تنها از میزان مسئولیت‌های زنان کاسته نشده است، بلکه در این خانواده‌ها زن خود، به تنهایی، می‌بایست مسئولیت نگهداری از فرزند و خانه‌داری را برعهده بگیرد (کار، ۱۳۷۹: ۲۵). همچنین می‌توان دلیل موقعیت تابع زنان در محیط کار را ارجحیت زنان به امور خانه دانست که سبب اهمیت کمتر کار بیرون از خانه در ذهن زنان می‌گردد.

یکی از مسائل مهمی که امنیت زنان را در محیط کار به شدت به چالش می‌کشد، آزار جنسی علیه زنان است. آزار جنسی، علاوه بر احساس ناامنی و تأثیرات منفی که بر زندگی زنان به جای می‌گذارد، موجب انزوا و محدودیت زنان می‌گردد. افزایش نرخ آزارهای جنسی به فاکتورهای متعدد بستگی دارد؛ ولی از همه مهم‌تر به افزایش حضور زنان در محیط‌های کاری برمی‌گردد که به لحاظ سنتی کاملاً مردانه تلقی می‌شده است. فارلی^۱ (۱۹۷۸) عقیده دارد که این نوع مزاحمت‌ها عامل مهمی در جابه‌جایی زیاد کارگران زن است؛ زیرا دست‌کشیدن از کار، چاره اصلی این نوع گرفتاری است. وی همچنین می‌گوید این مزاحمت‌ها در جداسازی مشاغل، بنابر جنسیت افراد و تداوم آن، تا حدود زیادی مؤثر بوده است و غالباً از حضور زنان در مشاغلی که

^۱. Farley

در قلمرو مردها قرار دارد، جلوگیری می‌کند (کار، ۱۳۷۹: ۲۶). شیوه‌ای که در چنین آزارهای جنسی برای کنترل زن‌ها به کار می‌رود، نمونه‌ای از سوءاستفاده قدرت است که چنان هم‌علنی و آشکار نیست و در پرده‌ای از ابهام پوشیده است (گرینت، ۱۳۸۵: ۳۲۳). آزار جنسی در محل کار می‌تواند به‌عنوان استفاده از اقتدار شغلی یا قدرت به‌منظور تحمیل خواسته‌های جنسی تعریف شود (گیدنز، ۱۹۸۹: ۲۱۹).

نظریه‌های جنسیتی همچنین تأکید می‌کند که گرایش زنان به مشاغل زنانه نظیر آموزگاری، پرستاری، نظافت، پذیرایی و... برای این است که انعکاسی از نقش خانگی زنان باشد و درست، همان‌طور که در بیشتر جوامع، کار خانگی زنان کم‌ارزش تلقی شده است، این مشاغل و مهارت‌ها نیز کم‌ارزش می‌باشد. بنابراین، در این دیدگاه نظری، به موقعیت تابع زنان در اجتماع پرداخته شده که بازتولید نقش تابع زنان در خانواده است. بدین ترتیب، برای رهایی از موقعیت نازل زنان می‌بایست ساختارهای مبتنی بر جنس‌گرایی را به چالش کشید؛ البته، در وهله اول، این خود زنان هستند که می‌بایست از شکل‌گیری و پذیرش چنین ساختارهایی جلوگیری کنند.

به‌طور کلی، هریک از نظریات مطرح‌شده، دلایل متعدد پیوستن زنان به مشاغل درجه دوم را ارائه کرده‌اند. دست‌فروشی پدیده پیچیده‌ای است که نظریات نابرابری‌های جنسیتی، برخی از ابعاد این پدیده را تبیین می‌نماید. تلاش مقاله بر آن است تا ضمن بررسی این نظریات به‌عنوان پیشینه پژوهش و تکیه بر نقاط ضعف و قوت آن‌ها، با ارائه نتایج یک پژوهش کیفی، به علل گرایش زنان به این شغل و تیپولوژی زنان دست‌فروش در مترو نزدیک شود.

روش پژوهش

روشی که معمولاً در مطالعه مسائل زنان به کار می‌رود، روش کیفی است. معمولاً تحقیق فمینیستی و پژوهش کیفی، به‌واسطه آنکه روش‌هایشان نیازها و نظرات زنان را بیشتر انعکاس می‌دهند، هم‌سنگ یکدیگر به‌شمار می‌آیند. میس^۱ (۱۹۸۳) معتقد است تحقیق کمی غالباً نظرات زنان را ناشنیده می‌گذارد، آن‌ها را به ابژه بدل می‌کند و به‌جای اینکه آن‌ها را مشخصاً به چشم «زن» بنگرد، نگاهی فارغ از ارزش در مطالعات خود دارد؛ اما تحقیق کیفی امکان شنیده‌شدن صدای زنان و تحقق اهداف آنان را فراهم می‌کند (فلیک، ۱۳۸۷: ۷۵). بنابراین، برای فهم و درک

^۱. Mies

تجربه زیسته زنان دست‌فروش، علل روی آوردن آنان به این شغل و تعریف آن‌ها نسبت به موقعیت‌های اجتماعی که در آن قرار می‌گیرند، از روش کیفی استفاده شده است. انتخاب این روش تنها به دلیل مطالعه در حوزه زنان نیست؛ بلکه دلایل دیگری نیز وجود دارد که متناسب بودن این روش را توجیه می‌کند که از جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- آماری از دست‌فروشان در دست نیست. مسئولین حراست مترو و نیروی انتظامی، به عنوان دو سازمانی که مسئول برخورد با دست‌فروشان می‌باشند، اذعان داشتند که هیچ آماری از تعداد دست‌فروشان در دست نیست؛ از این رو هنگامی که جمعیت (تعداد کل دست‌فروشان) مشخص نیست، نمی‌توان به یک نمونه معرف دست یافت.

- در موضوعاتی که برای اولین بار در حوزه علمی مورد مطالعه واقع می‌شوند، غالباً استفاده از روش‌های کیفی، این شانس را به محقق می‌دهد تا بتواند ابعاد ظریف‌تری از مسئله را روشن کند و از آنجاکه تاکنون تحقیقی در این زمینه صورت نگرفته است، روش کیفی مناسب‌تر به نظر می‌رسد.

روش گردآوری داده‌ها

داده‌های مطالعه حاضر از طریق انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساخت یافته و مشاهده به دست آمده است. با توجه به ماهیت مصاحبه‌های نیمه‌ساخت یافته، محقق، با سؤالات کلی، گفت‌وگوی خود را با پاسخ‌گو آغاز می‌کند؛ اما هر پاسخی از سوی پاسخ‌گو می‌تواند زمینه سؤالات مرتبط دیگری را فراهم سازد. هدف از انجام چنین مصاحبه‌هایی، درک و شناسایی معانی ذهنی کنشگران اجتماعی است. در کنار روش مصاحبه و مشاهده، تحلیل اسنادی روش دیگری است که در این مطالعه برای تولید داده‌های کیفی استفاده شده است. در معنای کلی، تحلیل اسنادی مستلزم رجوع به آرشیو است (کاظمی، ۱۳۸۸: ۹۷). اسناد، در این مطالعه، به دو دسته تقسیم می‌شوند: اسناد سازمانی و غیرسازمانی. اسناد سازمانی شامل عکس و گزارش و آمار برخورد با دست‌فروشان در سه سال متوالی (۸۶ و ۸۷ و ۸۸) است که از سوی اداره کل حراست مترو^۱ در اختیار پژوهشگران قرار گرفت و اسناد غیرسازمانی از طریق اینترنت جمع‌آوری شد. این اسناد

^۱. این مرکز در ضلع جنوب‌غربی ایستگاه مفتوح واقع است.

شامل گزارش‌ها و مطالب روزنامه و خصوصاً وبلاگ‌هایی بود که در مورد دست‌فروشان قلم‌فرسایی کرده بودند.

شیوه نمونه‌گیری و جمعیت مورد مطالعه

شیوه نمونه‌گیری در مطالعه فوق، با توجه به مراحل گردآوری داده‌ها، شیوه نمونه‌گیری هدفمند است. در این شیوه از نمونه‌گیری، معمولاً سعی می‌شود افرادی انتخاب گردند تا اطلاعات مورد نیاز را به بهترین وجه در اختیار پژوهشگران قرار دهند. در این نوع نمونه‌گیری، حجم نمونه از قبل مشخص نمی‌باشد، بلکه با سطح اشباع‌پذیری ارتباط دارد. به هر حال، در مرحله اول، با توجه به موضوع و هدف تحقیق، با ۳۰ نفر از دست‌فروشان مترو مصاحبه انجام شد. پس از مصاحبه با این تعداد دست‌فروش، ویژگی اشباع ملاحظه و در مورد حجم نمونه به همان تعداد ۳۰ نفر اکتفا شد. انتخاب این افراد با توجه به ویژگی‌هایی چون سن، اجناس مورد فروش، وضعیت تأهل، تحصیلات و محل فروش صورت گرفته است. پس از مصاحبه با دست‌فروشان، جهت تکمیل داده‌ها و آشنایی با ابعاد مختلف موضوع، با افراد دیگری چون مأمورین نیروی انتظامی و حراست مترو نیز مصاحبه‌های عمیقی انجام گرفت.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تفسیر داده‌ها در قلب تحقیق کیفی جای دارد. فرایند گردآوری و تفسیر داده‌ها در روش کیفی هم‌زمان صورت می‌پذیرد. بعد از تکمیل مصاحبه‌ها و پیاده‌کردن آن‌ها در قالب متن، مصاحبه‌ها چندین بار خوانده شدند و با توجه به روش‌های معمول کدگذاری (کدگذاری باز و محوری) کدگذاری شدند. مهم‌ترین هدف کدگذاری، خردکردن، فهم متن و پیوند اجزای به‌دست‌آمده با یکدیگر و نیز تدوین مقوله‌ها و منظم‌کردنشان براساس روند زمانی است (فلیک، ۱۳۸۷: ۳۳۰). کوچک‌ترین واحد برای کدگذاری در مطالعه فوق، جمله است. بنابراین، در مرحله اول، کدها نزدیک به متن انتخاب شدند. در مرحله بعدی، کدهای به‌دست‌آمده براساس ارتباطی که با پرسش‌های تحقیق داشتند، دسته‌بندی شدند. در این مرحله، مقوله‌ها نمایان شدند که انتزاعی‌تر از کدهای به‌دست‌آمده در مرحله اول بود. در نهایت، با کدگذاری تمامی مصاحبه‌ها، به مقولاتی دست یافتیم که بستر تحلیل نهایی برای پاسخ به سؤالات تحقیق را فراهم نمود.

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

مشخصات کلی دست‌فروشان مترو

مصاحبه‌های عمیق با ۳۰ نفر از دست‌فروشان زن در مترو، داده‌های اصلی را برای تحلیل و بررسی وضعیت زنان دست‌فروش مترو تشکیل می‌دهد. پیش از ورود به تحلیل داده‌ها، ذکر این نکته ضروری است که نمونه ۳۰ نفری نمی‌تواند نمونه‌نمایی از دست‌فروشان مترو باشد و کلیه یافته‌ها جنبه اکتشافی و فرضیه‌ای دارد؛ لذا به هیچ‌وجه ادعای تعمیم در مورد نتایج ارائه‌شده وجود ندارد. زنان مصاحبه‌شده، به لحاظ سن، در فاصله سنی ۱۹ تا ۵۵ سال قرار دارند. ۱۳ نفر از آنان مجرد، ۱۱ نفر متأهل و ۶ نفر مطلقه هستند. به لحاظ متغیر تحصیلات، ۲ نفر از آنان بی‌سواد، ۹ نفر ابتدایی و راهنمایی، ۱۳ نفر دیپلم و ۶ نفر کاردانی و کارشناسی هستند. پراکندگی محل سکونت زنان، در اغلب موارد، مناطق مرکزی و جنوبی و توابع شهر تهران را تشکیل می‌دهد. از نظر وضعیت مسکونی نیز ۲۳ نفر از دست‌فروشان مستأجر، ۴ نفر مالک و مابقی در خانه یکی از اقوامشان سکونت دارند.

دلایل پذیرش شغل دست‌فروشی از سوی زنان

زنان مورد مطالعه، دلایل مختلفی را برای انتخاب شغل دست‌فروشی ارائه می‌کنند که به نوعی، توجیه‌کننده حضور آنهاست. در برخی موارد، دلایل آنان با ویژگی‌های شغل دست‌فروشی گره می‌خورد. بدین منظور، برآنیم تا ویژگی‌های این شغل را از نگاه دست‌فروشان برشماریم. لازم به ذکر است ویژگی‌های مذکور به ترتیب اولویت (در نگاه دست‌فروشان) ارائه گردیده است. این مشخصه‌ها عبارت‌اند از:

زنانه بودن محیط مترو

این ویژگی مهم‌ترین دلیلی است که دست‌فروشان در گفت‌وگوهای خود به آن اشاره کرده‌اند؛ به طوری که بیش از نیمی از دست‌فروشان اظهار نموده‌اند که زنانه بودن محیط مترو موجب راحتی و آرامش و احساس امنیت می‌گردد. یکی از مسائل جدی، در مورد کارکردن در محیط‌های مردانه، مسئله آزار جنسی است که زنان بعضاً با آن مواجه می‌گردند. تجربه زنان از آزار جنسی در محیط کار، معمولاً آنها را در موضع فروتری قرار می‌دهد. تهدید دائم این‌گونه

جرائم، در محیط کاری، یک واقعیت متفاوت اجتماعی و مکانی را برای زنان می‌سازد و باعث خلق عدم امنیت اجتماعی برای آن‌ها می‌گردد (صادقی و رجب‌لاریجانی، ۱۳۸۹). از طرفی، ترس از آزار جنسی، مخالفت خانواده‌ها با کار زنان را در پی دارد. بسیاری از زنان دست‌فروش، پیش از پیوستن به این شغل، تجربه آزار جنسی را داشته‌اند و به همین دلیل، از کار خود دست کشیده‌اند و به دنبال محیطی می‌گردند که از این آزارها به‌دور باشد.

انعطاف‌پذیری

در اکثر موارد، با زنانی (خانه‌دار، دارای فرزند، دانشجو و...) مواجه‌ایم که امکان انجام شغل تمام‌وقت برایشان مقدور نیست. انعطاف‌پذیری، دومین ویژگی این شغل از نگاه آنان است که اشاره به مختاری بودن فرد در زمان ورود و خروج به مترو دارد. در اینجا نیز بیش از نیمی از دست‌فروشان انعطاف‌پذیری را ویژگی جدایی‌ناپذیر این شغل دانسته‌اند. سایر تحقیقات نیز نشان می‌دهد که انعطاف‌پذیری کار، همیشه برای زنان امری جدی به حساب می‌آمده است. این انعطاف‌پذیری به آن‌ها فرصت می‌دهد تا بتوانند از عهده سایر نقش‌ها (مادری و همسری و...) برآیند. طاهره، ۴۳ ساله، مطلقه و دارای سه فرزند می‌گوید: «بعضی روزها کار دارم، کار اداره‌ای یا کار خونه، دیرتر میام، ساعتش دست خودمه، یه موقع‌ها ساعت ۹-۱۰ میام و یه موقع‌ها ساعت ۱۲». بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد که انعطاف‌پذیری سازمان کار، برای زنان، امری مهم به‌شمار می‌رود (شادی‌طلب، ۱۳۸۱).

درآمد مکفی

با توجه به مصاحبه‌های عمیق می‌توان گفت که میانگین درآمد زنان دست‌فروش مترو بین ۳ تا ۶ هزار تومان در ساعت است که پراکندگی موجود به نوع جنس، شیوه تبلیغ، تنوع جنس، حجم جنس و... بستگی دارد. بدین معنا که هرچه اجناس فروشی کاربردی‌تر، شیوه تبلیغ رساتر و جذاب‌تر، اجناس متنوع‌تر و حجم جنس فروشی بیشتر باشد، درآمد به‌دست‌آمده بیشتر خواهد بود. حدود نیمی از دست‌فروشان نیز درآمد مکفی این شغل را یکی از علل پیوستن به آن اشاره کرده‌اند.

خودرئیزی و خودگردانی

از دیگر ویژگی‌های برشمرده ازسوی دست‌فروشان، خودرئیزی است. نرگس، ۲۰ ساله، متأهل و با تحصیلات دیپلم می‌گوید: «تو این کار خودت آقا بالاسر خودتی، خودت نوکر خودتی، هر ساعتی بخوای می‌ای و هر ساعتی که بخوای میری. هر قیمتی که دلت بخواد می‌تونی بدی، دلت بخواد بیشتر بدی یا کمتر.» ویژگی خودرئیزی در این شغل، در زمان و مکان حضور، نحوه فروش، قیمت اجناس، انتخاب جنس مورد فروش و... خود را نشان می‌دهد.

پاره‌وقت بودن شغل دست‌فروشی

این ویژگی امکان انطباق دست‌فروشی را با هر نوع مشغله‌ای می‌دهد. تفاوت این ویژگی با انعطاف‌پذیری در این است که غالباً انعطاف‌پذیری به تعیین زمان حضور اشاره دارد و حال آنکه پاره‌وقت بودن به کوتاه‌بودن مدت حضور اشاره دارد. این ویژگی نیز ازسوی عده‌ای از دست‌فروشان بیان گردید.

روزمزد بودن

این ویژگی نیازهای آنی و موقت دست‌فروشان را مرتفع می‌کند. تعدادی از مصاحبه‌شوندگان، روزمزد بودن را به‌عنوان یکی از ویژگی‌های این شغل ذکر کرده‌اند. شیوا، ۲۶ ساله، مجرد و لیسانس مدیریت بازرگانی می‌گوید: «خوبی این کار اینه که هر موقع نیاز داشتی، یکی دو ساعت می‌ای و پولی که می‌خوای، درمیاری و می‌ری و مثل منشی‌گری نمی‌مونه که تا آخر برج صبر کنی، آیا بهت پول بدن یا نه.»

پتانسیل وجود خریدار

درمیان آن دسته از زنان دست‌فروش که قبلاً سابقه دست‌فروشی در خیابان‌های شهر را داشته‌اند، این تصور وجود دارد که فروشندگی در مترو، نه‌تنها راحت‌تر و امن‌تر است، بلکه به‌لحاظ جذب مشتری و خریدار نیز بهتر است. در مترو، هر مسافری به‌راحتی تبدیل به خریدار می‌گردد^۱ و

^۱. این امر به‌دلیل مدت زمانی است که مسافری در مترو حضور دارند. این زمان حداقل به فاصله دو ایستگاه است که تبدیل مسافر به خریدار را ممکن می‌سازد.

حال آنکه در مورد رهگذران خیابان این اتفاق به‌راحتی صورت نمی‌پذیرد؛ از این‌رو، عده‌ای از دست‌فروشان، پتانسیل وجود خریدار را یکی از ویژگی‌های این شغل بیان نموده‌اند. کبری، ۵۳ ساله، متأهل و با تحصیلات ابتدایی می‌گوید: «اینجا بهتر می‌خرن. خانم‌ها چون نشستن و یه زمانی تو واگن هستند، جنس‌ها را بهتر می‌بینن و بیشتر می‌خرن؛ اما بیرون این فرصت نیست.»

عدم تغییرات جوی

محیط مترو، محیطی سربسته و تغییرات جوی بر آن بی‌تأثیر است. این نکته نیز از سوی زنان متأهلی که پیش از آمدن به مترو، در پیاده‌رو مشغول فروش اجناس بودند، عنوان گردید. معصومه، ۵۲ ساله، متأهل و بی‌سواد در پاسخ به این سؤال که آیا حضری به کار قبلی‌ات (دست‌فروشی کنار پیاده‌رو) برگردی، می‌گوید: «از یه نظر نه؛ چون تو زمستون سرما و تو تابستون گرما آدم رو خیلی اذیت می‌کنه؛ اما اینجا فضای سرپوشیده‌ایه.»

عدم نیاز به سرمایه کلان

این ویژگی، ورود به دست‌فروشی را به‌راحتی امکان‌پذیر می‌سازد. از میان مصاحبه‌شوندگان، تعدادی از آن‌ها به این ویژگی اشاره کرده‌اند.

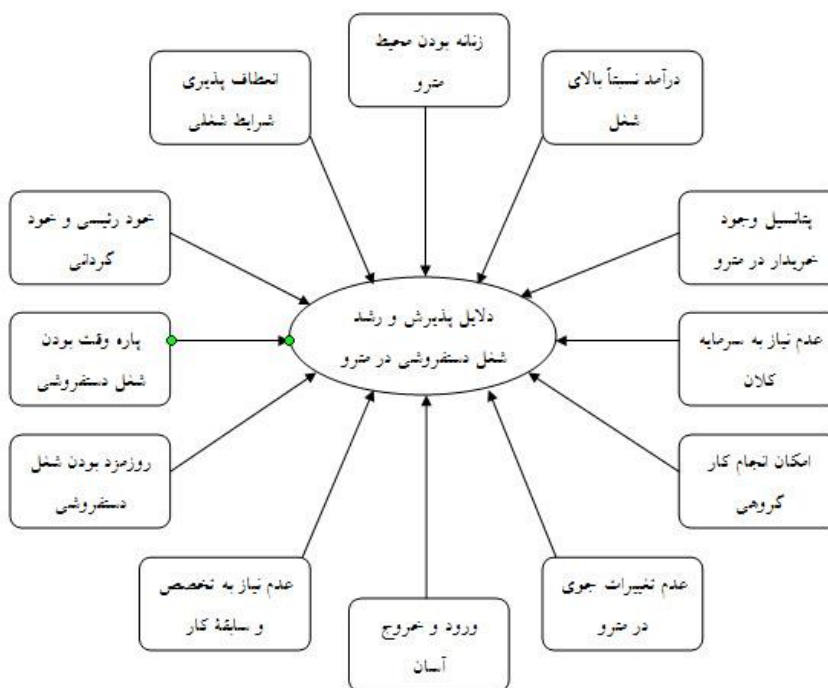
امکان انجام کار گروهی

معمولاً انجام کارهای گروهی نه‌تنها خجالت و شرمساری اجتماعی را کاهش می‌دهد، بلکه موجب اعتمادبه‌نفس بیشتر نیز می‌گردد. از طرفی، کارهای گروهی می‌تواند تبدیل به یک پروژه مشترک و موجب تعامل میان افراد گردد. این ویژگی غالباً از سوی کسانی عنوان شده است که مترو را گاه برای تأمین نیازهای غیرضروری و گاه با هدف گذران اوقات فراغت و گریز از فضای کسالت‌بار خانه انتخاب نموده‌اند. از دیگر ویژگی‌های عنوان‌شده از سوی دست‌فروشان می‌توان به مؤلفه‌های زیر اشاره کرد:

عدم نیاز به تخصص و سابقه کار آزادی ورود و خروج به این شغل

در مورد منزلت شغل دست‌فروشی نیز به نظر می‌رسد زنان دست‌فروش با یک نوع دوگانگی مواجه هستند: از یک سو دست‌فروشی را شغل با اعتباری نمی‌دانند؛ اما از آن جهت که ناگزیرند کار کنند، آن را قابل قبول می‌پندارند و سعی می‌کنند پنداره مثبت خود را با مقایسه این مشاغل با سایر کارها از قبیل روسپیگری، گدایی، دزدی و... تقویت کنند. عوامل فوق‌الذکر را می‌توان در نمودار ۱ به تصویر کشید.

نمودار ۱. عوامل مؤثر بر پذیرش و رشد دست‌فروشی در مترو



تیپولوژی دست‌فروشان

تأمل پیرامون اشتغال زنان، به‌عنوان موضوعی جامعه‌شناختی، نشان می‌دهد که زنان بیشتر در مشاغل حاشیه‌ای و یا به‌عبارتی دسته‌دوم شاغل‌اند. این‌گونه مشاغل با ویژگی‌هایی چون دستمزد

کم، امکان رشد محدود، آینده شغلی نامطمئن، تأمین کمتر و... شناخته می‌شود. از طرفی، زنان عمدتاً در مشاغل پاره‌وقت اشتغال می‌یابند. اشتغال در این‌گونه مشاغل، این فرصت را به زنان می‌دهد تا علاوه بر تأمین یا کمک به تأمین هزینه‌های زندگی، مسئولیت خانه‌داری را نیز برعهده گیرند؛ بنابراین زنان به انجام‌دادن مشاغلی که از نظر زمانی انعطاف‌پذیری بالاتری داشته باشد، تمایل زیادی نشان می‌دهند.

نکته دیگری که قابل تأمل است، انگیزه زنان از اشتغال است. معمولاً عوامل اقتصادی یکی از مهم‌ترین عواملی می‌باشد که زنان را به سوی بازار کار می‌کشاند. زنان برای جبران کمبود درآمد خانواده، بالابردن قدرت خرید خانواده، کسب نوعی آزادی فردی و استقلال و یا به‌عنوان ایمنی برای آینده خود یا خانواده‌شان کار می‌کنند (سفیری، ۱۳۸۰: ۴۵). آنچه در این بخش اهمیت دارد، انگیزه افراد برای اشتغال به کار دست‌فروشی است. در این میان، سؤالاتی که می‌بایست بدان‌ها پاسخ داده شود، عبارت‌اند از اینکه تصور زنان از شغل دست‌فروشی چیست؟ چه انگیزه‌ای زنان را به سوی این مشاغل فرا می‌خواند؟ آیا انگیزه تمامی دست‌فروشان از آمدن به مترو را می‌توان مشکلات اقتصادی آنان و... دانست؟

مشاهده و مصاحبه عمیق با ۳۰ زن دست‌فروش، امکان شناسایی و دسته‌بندی آن‌ها را در گروه‌های مختلف فراهم می‌سازد. اگرچه دسته‌های شناسایی‌شده، در نوع کار که همان دست‌فروشی در مترو است، مشترک می‌باشند، اما انگیزه آن‌ها می‌تواند کاملاً متفاوت باشد؛ بنابراین آنچه در این تیپولوژی به‌عنوان هسته مرکزی واقع گردیده و به‌درستی توجیه‌کننده تفاوت میان دست‌فروشان است، انگیزه آنان از ورود به مترو برای دست‌فروشی است. بر این اساس، می‌توان سنخ‌های زیر را شناسایی کرد:

- دست‌فروشی؛ سرپرست خانوار؛

- دست‌فروشی؛ همیاران خانواده؛

- دست‌فروشی؛ عادت و کسب درآمد؛

- دست‌فروشی؛ استقلال مالی و تفنن؛

- دست‌فروش‌نماها.

البته قابل ذکر است که این دسته‌بندی‌ها ممکن است، به‌طور خالص، در دنیای واقعی وجود نداشته باشد؛ اما یقیناً می‌تواند جنبه‌ها و وجوه اساسی یک موقعیت را تعریف کند. بنابراین

تیپ‌سازی از زنان دست‌فروش، به‌نوعی، جداکردن آنان از ویژگی‌های منحصر به فردی است که هریک از آنان را متفاوت از دیگری جلوه‌گر می‌سازد. بدیهی است سبک‌های زندگی بینایی، با ترکیبات متفاوت، در حدفاصل گروه‌های نام‌برده وجود دارد.

دست‌فروشی؛ سرپرست خانوار

ویژگی مشترک تمامی زنان این دسته «سرپرستی خانوار»^۱ است. تمامی نیازهای خانواده، به‌نوعی، از طریق کارکردن این زنان در مترو مرتفع می‌گردد. مسئله اقتصادی و تأمین نیازها مهم‌ترین مسئله‌ای است که این گروه از زنان با آن، دست‌وپنجه نرم می‌کنند؛ از این رو «اجبار» به کارکردن و نیاز به درآمد حاصل از آن، جزء جدایی‌ناپذیر زندگی آن‌ها گشته است. آنان از هر فرصتی برای کسب درآمد (آمدن به مترو برای فروش) استفاده می‌کنند که برخاسته از فقر و نیازمندی آنان است. از مجموع مصاحبه‌های عمیق صورت‌گرفته، ۳۳٫۳ درصد از دست‌فروشان در این دسته جای می‌گیرند. در این گروه از زنان، سه زیرگروه شناسایی شده است که هریک ویژگی خاصی دارد که از گروه‌های دیگر آنان را متمایز می‌کند؛ این سه گروه عبارت‌اند از:

– **زنان بدون همسر:** این گروه از زنان شامل افرادی می‌گردد که بنا به دلایلی چون فوت، طلاق، زندانی شدن همسر و جدایی مکانی، همسر خود را از دست داده‌اند. تمامی زنان این گروه در بازه سنی ۴۳ تا ۵۲ سال قرار دارند: زنان میان‌سالی که خود، به‌تنهایی، مخارج زندگی را تأمین می‌کنند. از نظر متغیر تحصیلات، غالب این زنان از سطح تحصیلی پایین (بی‌سواد و تحصیلات ابتدایی و سیکل) برخوردارند. بدین ترتیب اکثر این زنان، قبل از پیوستن به گروه کثیر دست‌فروشان مترو، در مشاغلی همچون دست‌فروشی در پیاده‌روها و یا دست‌فروشی سیار در بازار،^۲ نگهداری از بیماران یا سالمندان و کار در خانه‌ها مشغول بوده‌اند که برخاسته از تحصیلات پایین و نداشتن تخصص است. نگاه این دسته از زنان به کار دست‌فروشی به‌عنوان

۱. منظور از «سرپرست خانوار» عضوی از خانوار است که در خانوار به این عنوان شناخته می‌شود. سرپرست خانوار معمولاً مسئولیت تأمین تمام یا بخش عمده‌ای از هزینه‌های خانوار یا تصمیم‌گیری در مورد نحوه هزینه‌کردن درآمدهای خانوار را برعهده دارد. سرپرست خانوار لزوماً مسن‌ترین عضو خانوار نیست و می‌تواند زن یا مرد باشد. بدیهی است که در خانوارهای یک‌نفره، همان شخص، سرپرست خانوار است (مرکز آمار ایران، ۱۳۷۵).

۲. شکلی از دست‌فروشی که در آن، فرد، اجناس فروشی خود را برای یافتن مشتری به مغازه‌های بازار می‌برد. مغازه‌داران، در اینجا، حکم مشتری را برای این افراد دارند.

شغلی دائم است؛ چرا که نه زمان و نه توان یادگیری حرفه‌ای را دارند تا از آن برای درآمدزایی استفاده کنند.

– زنان متأهل بدسرپرست: زنان متأهلی که در کنار همسر خود به سر می‌برند، اما به دلایلی از جمله ازکارافتادگی، بیکاری، اعتیاد، ابتلا به بیماری و... مرد خانواده قادر به کارکردن نیست؛ از این رو زنان مجبورند کار کنند تا بخشی از درآمد خانواده را تأمین نمایند. این گروه از زنان علاوه بر تأمین مایحتاج زندگی می‌بایست مخارج همسر بیمار و یا معتاد خود را بدهند. همین امر بار اقتصادی بر دوش این زنان را دوچندان می‌کند. این دسته از زنان یا بدون فرزند هستند و یا فرزندان‌شان بنا به دلایلی (ازدواج، تحصیل، بیکاری، کوچکی، اعتیاد، بیماری و...) نمی‌توانند در تأمین مخارج زندگی یاریگر مادرانشان باشند.

– دختران مجرد: تفاوت این گروه از دست‌فروشان با دو گروه فوق، تجرد آنهاست؛ اما در سرپرستی خانوار با دو گروه یادشده مشابه‌اند. فقدان سرپرست خانوار (فوت پدر، زندانی بودن وی، ازکارافتادگی پدر، طلاق و...) و ناتوانی مادر (سن بالا، بیماری، ازکارافتادگی، خانه‌داری و...) این دختران را به صحنه کشانده و آنان را به تنها بازوی نان‌آور خانواده تبدیل کرده است. بنابراین، از میان دختران جوان دست‌فروش در مترو، این گروه بیشترین ساعات کاری را به خود اختصاص می‌دهند و برای فروش به مترو می‌آیند. برخی از این دختران، علاوه بر تأمین نیاز مالی خانواده به تحصیل نیز می‌پردازند.^۱ کار مترو، در نظر این دسته از دست‌فروشان، «کاری موقت» است که با یافتن شغل مناسب به‌اتمام خواهد رسید. شغل مناسب از نظر این دسته افراد، شغلی است که حداقل نیازهای ضروری آنها و خانواده‌شان را برآورده سازد. این گروه از دختران معتقدند که خانواده آنها، به‌اجبار، با کارکردن آنها کنار می‌آیند. شیرین، ۲۵ ساله، مجرد و دیپلمه نظر مادرش را در مورد کار دست‌فروشی این‌گونه بیان می‌کند: «مادرم راضیه؛ خُب بدبخت مجبوره؛ چیکار می‌تونه کنه؛ کسی رو نداره که کمکش کنه.»

دست‌فروشی؛ همیاران خانواده

این گروه از دست‌فروشان آن‌هایی هستند که درآمد حاصل از فروش آنها در مترو به‌عنوان «مکمل» درآمد نان‌آور خانه می‌باشد. دست‌فروشان فوق از این نظر که تمامی آنچه را که به‌دست

^۱. در مورد علل رجوع دختران جوان و دانشجویان و فارغ‌التحصیلان به کار دست‌فروشی، در مترو، در جای دیگر خواهیم پرداخت.

می‌آورند، صرف مخارج زندگی می‌کنند، با دست‌فروشان سرپرست خانوار مشابه‌اند و تنها تفاوتشان در این است که درآمد آن‌ها جبرانی بر کمبود درآمد سرپرست خانوار است. بنابراین، مشخصه‌ای که تمامی زنان این گروه را زیر این عنوان جای داده، «درآمد پایین سرپرست خانوار» و نیاز به وجود یک بازوی کمکی در خانواده است. بدین ترتیب، از نظر موقعیت اقتصادی، شباهت بسیاری با دست‌فروشان سرپرست خانوار دارند. از میان تمامی مصاحبه‌شوندگان، ۲۶٫۶ درصد در این گروه جای می‌گیرند. وجود و عدم وجود مرد، به‌عنوان سرپرست خانوار، ما را بر آن داشت تا دست‌فروشان این گروه را در دو دسته زیر جای دهیم:

- در اینجا، شاهد گروهی از زنان متأهل هستیم که به عدم کفایت درآمد همسرانشان اشاره کرده‌اند و معتقدند که صرفاً با درآمد مردان، زندگی آن‌ها نمی‌چرخد. همسران این گروه از زنان غالباً در مشاغل کم‌درآمدی چون کار فصلی و کارگری و... مشغول‌اند و گاهی نیز درآمد ناکافی آن‌ها ناشی از بیماری و اعتیاد است؛ به‌طور کلی، میانگین درآمد همسران آنان ۲۵۰ هزار تومان در ماه است. زهرا، ۴۲ ساله، متأهل با تحصیلات سوم راهنمایی می‌گوید: «خسته شدم، اینقدر که خرجیمون کم بود. شوهرم ماهی ۲۵۰ تومن حقوق داره، با ۴ تا بچه. من فقط دارم ماهی ۱۲۰ تومن کرایه‌خونه می‌دم؛ دیگه مجبور شدم بیام.» اکرم، ۲۴ ساله، متأهل با تحصیلات اول راهنمایی می‌گوید: «همسرم با موتور کار می‌کنه؛ اینقدری پول درنمیاره. زمانی شده بود که خیلی بی‌پول بودم؛ حتی یه تخم‌مرغ هم نداشتم بخرم. واقعاً کلافه شده بودم؛ بچم هرچی می‌خواست، نمی‌تونستم بخرم. واقعاً کار خدا بود...». پایین‌بودن سطح تحصیلات، عدم آشنایی با حرفه خاص، عدم مهارت و وجود فرزندان از ویژگی‌های این گروه است که آن‌ها را به سمت مشاغل پاره‌وقت می‌کشاند که بدون نیاز به تخصص و در کوتاه‌ترین زمان، بیشترین نتیجه (درآمد) را کسب کنند.

- گروه دوم شامل زنان متأهلی است که بنا به دلایل عنوان‌شده، در گروه اول و دوم، زنان سرپرست خانوار (زنان بدون همسر و زنان بدسرپرست)، همسرانشان قادر به تأمین مخارج زندگی نیستند. اما تفاوتی که در این گروه، درمقایسه با دو گروه فوق مشاهده می‌شود، این است که در این خانواده‌ها دو نفر از اعضای آن و یا بیشتر، در تأمین مخارج زندگی مشارکت می‌کنند. بدین ترتیب، شاهد حضور زنانی می‌شویم که به‌همراه یکی از فرزندان (غالباً دختر) در مترو به کار مشغول‌اند. در برخی مواقع نیز دو خواهر، با همکاری یکدیگر، امور اقتصادی زندگی را با

کار در مترو می‌گذرانند. علی‌رغم اشتغال دو نفر از اعضای خانواده، دو ویژگی نیاز اقتصادی و اجبار به کار در آنان مشاهده می‌شود؛ اما از شدت آن نسبت به دست‌فروشان سرپرست خانوار کاسته می‌گردد. مریم، ۲۰ ساله، مجرد و دانشجوی کارشناسی مدیریت بازرگانی می‌گوید: «دانشگاه غیرانتفاعی می‌رم؛ شهریه‌ام هم خیلی زیاده. برای اینکه بتونم کمکی کرده باشم به مادرم تو دادن قسط‌هایش، اومدم مترو. نزدیک عیده، مامانم قسط‌هایش زیاده؛ ازم خواست بیام، منم اومدم»

دست‌فروشی؛ عادت و کسب درآمد

برای گروهی از زنان، دست‌فروشی علاوه بر رفع نیازهای اقتصادی، راه کسب درآمد برای مصارف درجه دوم^۱ است. به نظر می‌رسد که شکاف زیادی میان این دسته از دست‌فروشان با دو دسته فوق وجود دارد. در دو گروه پیشین، با دو عنصر «نیاز اقتصادی و اجبار برای کار» مواجه بودیم. عواملی که زن را گاه به عنوان سرپرست خانوار و گاه به عنوان یاریگر به سوی دست‌فروشی می‌کشاند تا بدین وسیله، نیازهای اساسی (خوراک و پوشاک و مسکن) خود و خانواده را تأمین کند. اما دست‌فروشی، از منظر این گروه، علی‌رغم کمک به سرپرست خانواده، پاسخی به نیازهای نه‌چندان ضروری فرد است. بدین ترتیب این گروه از زنان، به لحاظ طبقه اقتصادی، از دو گروه برشمرده فاصله می‌گیرند و همین امر از شدت نیاز و اجبار به کار در آنها می‌کاهد؛ بنابراین می‌توان وجه تمایز این گروه از سایر گروه‌ها را اختصاص بخشی از درآمد حاصل از دست‌فروشی به مصارفی غیر از نیازهای روزمره دانست.

در اینجا، شاهد نمود مفهوم «عادت» در کنار مفهوم «نیاز» هستیم. مترو برای این دسته از زنان فضایی چندپهلوی ایجاد می‌کند؛ فضایی که هم کار است و هم فرار از روزمرگی و انزوای خانه: هم نیازهای ضروری خود را مرتفع می‌کنند و هم برای خود پس‌انداز می‌کنند. البته لازم به ذکر است که کم و کیف این دو ویژگی (نیاز و عادت) در میان دست‌فروشان متفاوت است و شامل طیفی می‌گردد که گاهی نیاز، بر آن تفوق یافته و گاهی عادت. از نظر مدت زمان حضور در مترو، هنگامی که نیاز ارجح‌تر باشد، زمان حضور کمتر است. یعنی فرد صرفاً هنگامی که

^۱. منظور از مصارف درجه دوم، آن دسته‌هایی است که در مقابل نیازهایی چون خوراک و پوشاک و مسکن در درجه دوم اهمیت قرار دارند؛ از جمله تهیه تجهیزات و تغییر لوازم زندگی و ...

احساس نیاز مالی می‌کند، به مترو می‌آید؛ ولی هنگامی که بحث عادت مطرح باشد، حتی اگر با برخورد مأمورین و جلب اجناس مواجه شود، دوباره کار را از سر می‌گیرد. بتول، ۵۳ ساله، متأهل و بازنشسته آموزش و پرورش می‌گوید: «از اون موقعی که مترو رو زدن، من دارم تو مترو کار می‌کنم. الان هم انگار ما به این شغل معتاد شدیم، هر روز بلند می‌شیم میایم.» اما می‌توان عادت کردن این دسته از زنان را در کنار درآمد نسبتاً خوبی که به دست می‌آورند، توجیه کرد.^۱ البته در برخی موارد نیز خود، اذعان داشته‌اند مترو فرصتی برای فرار از تنهایی و انزوا و یکنواختی محیط خانه و گریز از افسردگی است. عفت، ۵۳ ساله، متأهل و با تحصیلات ابتدایی می‌گوید: «تو خونه ناراحتم، افسردگی دارم، دوست دارم پیام اینجا با همه بگم و بخندم.»

همچنین نشانه‌هایی از رواج مصرف‌گرایی و افزایش سطح توقعات در میان زنان این گروه نیز مشاهده می‌شود؛ البته تمامی ویژگی‌های مذکور، با نسبت‌های متفاوتی، در آنان مشاهده شده است. از ۳۰ مصاحبه انجام شده، تعداد ۸ نفر (۲۶,۶ درصد) با این ویژگی شناسایی شده‌اند (حدود یک سوم زنان دست‌فروش). تمایزات اندک میان زنان این گروه، آنان را در گروه‌های زیر جای داده است:

- زنان متأهل: دست‌فروشان این گروه، زنان متأهلی هستند که علی‌رغم کمک به همسران خود، در تأمین مایحتاج ضروری زندگی، مقداری از درآمد حاصل از دست‌فروشی را برای مصارف دیگری در نظر می‌گیرند که در مقایسه با نیازهای ضروری در درجه دوم اهمیت قرار می‌گیرند. این مصارف شامل پس‌انداز، دادن اقساط، خرید جهیزیه، خرید لوازم منزل و... می‌شود. در کنار نیاز به درآمد، «عادت به کار دست‌فروشی» ویژگی دیگری است که تا حدودی در زنان این گروه مشاهده می‌شود. بیتا، ۲۱ ساله، متأهل و با تحصیلات دوره راهنمایی می‌گوید: «اجاره‌خونه‌ها خیلی بالاست. شوهرم فقط بتونه اجاره‌خونه‌رو در بیاره؛ خرج خونه هست، خرج بچه؛ بالاخره به پس‌اندازی هم باید داشته باشیم؛ بچه بزرگ بشه، مطمئناً خرجش بیشتر می‌شه.»

- دختران مجرد: وجه تمایز این دسته از دختران، با دختران مجرد در گروه‌های دیگر، ویژگی طبقاتی آنهاست. آنان به خانواده‌هایی تعلق دارند که سرپرست خانواده حضور دارد و در اکثر موارد، تعداد نان‌آوران خانه بیش از یک نفر می‌باشد؛ بنابراین، سطح معیشت آنها بالاتر

^۱. با توجه به درآمدهای عنوان شده، میانگین درآمد زنان دست‌فروش در مترو بین ۳ تا ۶ هزار تومن در هر ساعت می‌باشد که تغییر موجود، بستگی به تنوع جنس، نوع جنس، شیوه تبلیغ، حجم جنس و... دارد.

از گروه‌های قبلی است. اگرچه ویژگی غالب این دست‌فروشان، مشارکت در تأمین مخارج خانواده است، اما قسمت اعظم درآمد آن‌ها برای مصارف دیگر در نظر گرفته می‌شود؛ از جمله می‌توان به پس‌انداز برای خرید جهیزیه، تحصیل در آینده، مخارج تحصیلی کنونی فرد، خرید لوازم شخصی غیرضروری و... اشاره کرد. سارا، ۲۴ ساله، مجرد و با تحصیلات دیپلم می‌گوید: «نصفی از درآمد رو به بابام می‌دم، نصفشو هم برای خودم و جهیزیه‌ام می‌ذارم.»

نگاه این دختران به شغل دست‌فروشی، به‌عنوان «شغلی موقت» است که با یافتن شغلی مناسب به پایان می‌رسد؛ اما تفاوتی که با گروه قبلی دارند، در تعریف آن‌ها از شغل مناسب است. آنان شغل مناسب را این‌گونه می‌بینند. مونا دختر ۲۳ ساله‌ای است که در پاسخ به این سؤال که اگر جای دیگری برایت کار پیدا شود، می‌روی؟ پاسخ داد: اگر درآمدش مثل اینجا باشه، آره. پرسشگر: مثلاً ماهی چقدر؟ مونا: بالای ۶۰۰-۵۰۰ تومن.

بنابراین، مهم‌ترین دلیل آن‌ها از پیوستن به این کار، درآمد بالای آن است که هرگز با تحصیلات دیپلم و حتی بالاتر از آن، در جامعه کنونی، به‌دست نخواهد آمد. این درحالی است که چنین درآمدی می‌تواند حتی در زمانی کوتاه‌تر از آنچه در مشاغل رسمی وجود دارد، به‌دست آید. بدین ترتیب، به‌نظر می‌رسد شغل دست‌فروشی با تمامی مسائل و مشکلاتی که با خود به‌همراه دارد، به‌دلیل سودآوری بالا، از سوی برخی دختران پذیرفته می‌شود. با این حال، نمی‌توان از مشکلات مشاغل دیگر (شرکت‌های خصوصی) چشم‌پوشی کرد. برخی از این دختران، پیش از پیوستن به خیل عظیم دست‌فروشان، در مشاغلی بودند که مشکلات بسیاری با خود به‌همراه داشت؛ از جمله این مشکلات می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- بی‌ثباتی شرکت‌های خصوصی، تعدیل نیروها، ورشکستگی و...؛
- حقوق پایین در این‌گونه مشاغل و به‌تعویق انداختن پرداخت دستمزد؛
- ناهماهنگی حقوق پرداختی با تعرفه وزارت کار در زمینه تناسب حقوق با میزان تحصیلات؛
- مقررات سفت و محکم کاری: ساعات کاری مشخص و طولانی، مشاغل بدون مرخصی و...^۱
- محیط نامساعد کار. در این زمینه می‌توان به تجربه‌های آنان در این‌گونه مشاغل اشاره کرد.^۱

2. Order oriented

سیما، ۳۰ ساله، مجرد و دانشجوی کاردانی رشته حسابداری در این زمینه می‌گوید: «قبل از اومدن به مترو تو دو تا شرکت خصوصی کار کردم. تو شرکت آخریه که کار می‌کردم، حتی شده بودم مأمور قراردادها؛ اما به‌خاطر اینکه ۲ روز مجبور بودم به‌خاطر درسم نیمه‌وقت بیام، از شرکت انداختن بیرون» و رؤیا، ۲۲ ساله، مجرد و با تحصیلات دیپلم، تجربیات خود را این‌چنین بیان می‌کند: «من خیلی جاها کار کردم، منشی بودم، همشون برای کار نبود، خیلیاشون آدم رو به‌خاطر چیزای دیگه می‌خواستن؛ مثلاً تو یکی از این جاها که رفته بودم، طرف بهم می‌گفت تو بشین پشت میز، هیچ کاری هم نکن؛ ولی من باید کنار تو بشینم. بغل من نشسته بود (با حالت تنفر) و بهم چسبیده بود. یک بار این کارو کرد، دیگه نرفتم.» نوشین، ۱۹ ساله، مجرد و با تحصیلات دیپلم از کارهای پیشین خود، این‌چنین می‌گوید: «هر شرکتی که می‌رفتم، بهم پیشنهاد دوستی می‌دادن؛ حالا مدیر عاملش باشه یا هر آقایی که اونجا بود. دو مورد هم پیش اومد که می‌خواستن صیغه کنن؛ ولی همشون سنشون بالا بود.» زنان ترس از آزارهای جنسی را در مشاغل خصوصی بسیار تهدیدکننده می‌دانند. صادقی و رجب‌لاریجانی نیز در تحقیقی بر روی «آزار جنسی در محیط کار» به این نتیجه رسیدند که تهدید دائم این‌گونه جرائم، در محیط کاری، یک واقعیت متفاوت اجتماعی را برای زنان می‌سازد و باعث خلق عدم امنیت، محدودیت، انزوا و کناره‌گیری از کار می‌گردد (صادقی و رجب‌لاریجانی، ۱۳۸۹).

دست‌کشیدن از کار، پاسخ نهایی به این نوع از مزاحمت‌ها در محیط کار است. این‌گونه تجارب، بسیاری از دختران مجرد را به‌سمت مشاغلی با محیطی به‌دور از مزاحمت‌ها و آزار جنسی هدایت می‌کند. این مسئله تا آنجا برای دختران مجرد دست‌فروش اهمیت دارد که بیش از نیمی از آن‌ها «زنانه‌بودن محیط مترو» را به‌عنوان یکی از دلایل انتخاب چنین شغلی عنوان نموده‌اند.

دست‌فروشی؛ استقلال مالی و تفنن

از میان پاسخ‌گویان، ۱۳,۳ درصد در این گروه جای می‌گیرند. این زنان غالباً ازسوی خانواده‌هایشان تأمین می‌شوند و خانواده نیازی به درآمد آن‌ها ندارد. به‌دلیل تعلق آنان به

۱. لازم به ذکر است مشکلات ذکرشده تنها برای دختران مجرد در این گروه مطرح نبوده است؛ بلکه تمامی دختران مجرد در بیان مشکلاتی که پیش از دست‌فروشی به آن مشغول بودند، به آن‌ها اشاراتی داشته‌اند.

خانواده‌های متوسط^۱ شهری، نمی‌توان واژه «نیاز» را در توجیه حضورشان در مترو به‌کار برد؛ اما شاید واژه «استقلال مالی»، به‌درستی، توصیف‌کننده منش این دسته از دست‌فروشان باشد. فضای مترو، برای این گروه از افراد، هم عرصه کار است و هم تفنن؛ بنابراین، در این گروه از زنان، سه مفهوم «کار و لذت و عادت» درهم تنیده شده است. کار می‌کنند تا از کار بی‌مزد خانگی فرار کنند و از سود حاصل از آن، برای خرید لوازم لوکس خانه، طلا، لوازم غیرضروری شخصی و... استفاده کنند. مصارف این زنان را می‌توان «مصارف تجملاتی» نام نهاد که بیانگر افزایش سطح توقعات و رواج مصرف‌گرایی در برخی خانواده‌هاست. ندا، ۳۱ ساله، متأهل و دانشجوی کارشناسی رشته اقتصاد می‌گوید: «شوهرم خوراکی می‌تونه بخره؛ اما پولش به چیزای دیگه نمی‌رسه. الان اگه بخوای اثاث‌کشی کنی ۷۰۰-۶۰۰ هزار تومن خرج برمی‌داره، نمی‌بره! مگه یه کارمند چقدر حقوق می‌گیره؟! دیشب رفتم داروخونه یه ویتامینه برای بدنم، ۳۰ هزار تومن شد.» نپوشا، ۲۷ ساله، مجرد و دانشجوی زبان انگلیسی می‌گوید: «پدرم خرجم رو می‌ده، خرج دانشگاه هم اون می‌ده، پولی رو هم که درمیارم برای خودم خرج می‌کنم، هرچی بخوام می‌گیرم.»

در این گروه، بعضی از زنان برای فرار از تنهایی و خانه‌نشینی و بی‌حوصلگی، به دست‌فروشی پناه می‌آورند. در این شکل از دست‌فروشی شاهد زنانی هستیم که به‌صورت گروهی به مترو می‌آیند. این همراهی گاه از سوی اعضای خانواده و گاه دوستان شکل می‌گیرد. در اینجا، عنصر مهم و محوری «در کنار هم بودن» است. دو ویژگی مهم یادشده، یعنی لذت و کار، در کنار هم، مفهوم «عادت» را پدید می‌آورند. عادت به کار دست‌فروشی در شکل حضور هر «روزی» خود را نشان می‌دهد. هنگامی که جدایی از فضای کسالت‌آور خانه و پرکردن اوقات فراغت و خروج از انزوا مطرح باشد، حضور در مترو شکل دائمی به خود خواهد گرفت. دست‌فروش متأهلی^۲ این‌گونه می‌گوید: «شوهرم سر کار می‌ره، من با دوستانم میام اینجا. حوصلم تو خونه خیلی سر می‌ره و (با خنده) خوش می‌گذره.»

۱. منظور از خانواده‌های متوسط، در اینجا، خانواده‌هایی است که دخل و خرجشان با هم هماهنگ بوده و گاه، امکان پس‌انداز فراهم است.

۲. دست‌فروش مذکور هنگام گفت‌وگو با دست‌فروشی دیگر در سکوی مترو مشاهده گردید.

نکته حائز اهمیت در میان دختران این گروه، نارضایتی والدین آن‌ها از پیوستن به چنین شغلی است که در برابر توجیهاتی چون محیط مترو محیطی زنانه است؛ درآمدش بالاست؛ و قتم دست خودمه؛ رضایت والدین جلب می‌گردد و در برخی موارد نیز سعی می‌کنند کارکردن در مترو را از خانواده مخفی نگه دارند. شیوا، ۲۶ ساله، لیسانس مدیریت بازرگانی می‌گوید: «اولش بهشون نگفتم؛ بعد وقتی مادرم دید هر روز از خونه می‌زنم بیرون، بهم شک کرد. بهش گفتم، مخالفت کرد؛ اما الان راضیش کردم؛ گفتم محیط زنونه‌ست، خوب می‌تونم پول در بیارم؛ اینه که قبول کرد.»

برای موارد معدودی از دست‌فروشان، هدف از دست‌فروشی، پاسخ‌گویی به نیازهای تجملاتی و یا تفریح و وقت‌گذرانی نمی‌باشد؛ بلکه هدف، آینده‌نگری و پس‌انداز و سرمایه‌گذاری است. در نمونه ۳۰ نفری، تنها به یک مورد با چنین ویژگی‌هایی برخوردیم. نوشین، ۱۹ ساله، مجرد و با تحصیلات دیپلم، در بیان دلیل خود از حضور در مترو، چنین می‌گوید: «دلیل اصلی کار من احتیاج مالی نیست، هدف من توسعه کارم است؛ چون جنسی که می‌فروشم، اولاً خودم تولید می‌کنم؛ بنابراین خیلی سرمایه احتیاج ندارم و در مقابل، سود زیادی می‌تونم از فروششون به دست بیارم. با این کار، فروشنده‌های دیگه رو جذب می‌کنم که جنسای منو بفروشند و دیگه به مترو نیام یا اینکه بتونم با پولایی که جمع می‌کنم، مغازه‌ای اجاره کنم که بتونم اونجا جنسامو بفروشم.» میزان درآمد روزانه این قبیل افراد بین ۵۰ تا ۶۰ هزار تومان می‌باشد.

در یک جمع‌بندی کلی، می‌توان چنین استنباط کرد که اگرچه در ابتدای احداث مترو کمتر تیپ شماره ۳ و ۴ دیده می‌شدند، اما با گذر زمان و با ازمیان‌رفتن قبح این مسئله و گاه پذیرفته‌شدن از سوی مردم و درآمدزایی این شغل، بر تعداد آن‌ها افزوده می‌شود؛^۱ به طوری که دست‌فروشان جدید (آن‌هایی که در شش ماه اخیر به این کار پیوسته‌اند) عموماً از دست‌فروشان تیپ ۳ و ۴ هستند. البته این نکته را هم نباید فراموش کرد که تعداد اندکی از دست‌فروشان گروه ۳ و ۴، خود، در ابتدای ورود به این فضا، در زمره دست‌فروشان تیپ اول و دوم بودند؛ اما درآمد بالای مترو آن‌ها را کم‌کم از تیپ ۱ و ۲ جدا کرده و در قالب تیپ ۳ و ۴ گنجانده

۱. البته نمی‌توان از مشکلات ساختاری در زمینه اشتغال چشم‌پوشی کرد و صحبت در این زمینه، خود، به تحقیقی جداگانه نیاز دارد.

است. نکته دیگر اینکه هرچه از گروه اول دست‌فروشان (سرپرست خانوار) فاصله گرفته و به دست‌فروشان گروه ۴ نزدیک می‌شویم، از میزان متأهلین کاسته و بر مجردین افزوده می‌گردد. در جدول زیر، درصد متأهلین و مجردین هریک از ۴ گروه نشان داده شده است:

جدول شماره ۶. درصد متأهلین و مجردین تیپ‌های مختلف دست‌فروشان

گروه (تیپ)	درصد متأهلین	درصد مجردین
گروه اول (دست‌فروشی و سرپرست خانوار)	۸۰	۲۰
گروه دوم (دست‌فروشی؛ همیاران خانواده)	۶۲٫۵	۳۷٫۵
گروه سوم (عادت و کسب درآمد)	۳۷٫۵	۶۲٫۵
گروه چهارم (استقلال مالی و تفنن)	۲۵	۷۵

در پایان، ذکر این نکته ضروری است که انگیزه زنان از دست‌فروشی در مترو صرفاً مشکلات اقتصادی نیست؛ بلکه مصاحبه‌های عمیق نشان می‌دهد که بعضی از زنان برای فرار از انزوای خانه، گذراندن اوقات فراغت، میل به استقلال مالی، ارضای مصرف‌گرایی و تغییر سبک زندگی، به این کار روی می‌آورند. علاوه بر گروه‌های فوق، گروه‌های دیگری قابل شناسایی می‌باشند که از آن جمله می‌توان به دست‌فروش‌نماها اشاره کرد.

دست‌فروش‌نماها

در اینجا، به گروهی برمی‌خوریم که نه از طریق مصاحبه، بلکه از طریق مشاهده و مصاحبه با مسئولین پلیس و حراست مترو و همچنین سایر دست‌فروشان شناسایی شدند. این گروه به‌عنوان دست‌فروش‌نما شناسایی می‌شوند: دست‌فروشان که با پوشش دست‌فروشی به مترو می‌آیند، اما اهداف دیگری را دنبال می‌کنند. ازجمله این دست‌فروشان می‌توان به گروه‌های زیر اشاره کرد:

- کسانی که در پوشش دست‌فروش مبادرت به فروش مواد مخدر می‌کنند؛
- افرادی که در قالب دست‌فروش اقدام به فروش CD غیرمجاز می‌کنند؛
- گروه‌هایی که در قالب دست‌فروش برای خانه‌های فساد به دنبال طعمه می‌گردند و می‌توانند فضای زنانه و امن مترو را به چالش بکشند؛
- گدایانی که در پوشش دست‌فروشی، به تکدی‌گری مشغول‌اند؛
- دزدان مترو که ظاهر خود را گاه، به دست‌فروش و گاه، به مأمورین مترو مبدل می‌کنند.

مونا، ۲۳ ساله، مجرد و دیپلمه می‌گوید: «بعضی از فروشنده‌ها، چون فکر می‌کنن بیشتر کسایی که اومدن اینجا، طلاق گرفتن، میان پیشنهاد می‌دن. برای من یکی دوبار پیش اومده؛ مثلاً گفتن یکی هست بازاریه، پول‌داره، میای بری صیغه‌اش بشی، پولم بهت می‌ده، خونه هم برات می‌گیره؛ ولی من اگه می‌خواستم این کارو کنم که مترو نمی‌اومدم.» رؤیا، ۲۲ ساله و مجرد می‌گوید: «یه مدت، مأمورای قلابی اومده بودن، می‌گفتن مأموریم و میومدن جنسای مارو می‌بردن، بدون هیچ برگه‌ای و...». یکی از مسئولین نیروی انتظامی در مورد این‌گونه افراد می‌گوید: «حضور دست‌فروشان باعث شده برخی، در پوشش دست‌فروش، مرتکب اعمال بزهکارانه شوند؛ ازجمله، اخباری رسیده که افرادی در پوشش دست‌فروش مبادرت به فروش CD غیرمجاز نموده و یا برای خانه‌های فساد و روابط نامشروع، به‌دنبال طعمه بوده‌اند؛ ازاین‌رو نیروی انتظامی در جهت ایجاد امنیت در مترو، در کنار وظایف دیگر، برخورد با دست‌فروشان را نیز قرار داده است.»

این دسته از زنان غالباً در زیر ماسک و پوشش دست‌فروشی کار می‌کنند؛ از این رو شناسایی آن‌ها از دیگران کار چندان ساده‌ای نیست. بنابراین، علی‌رغم اینکه غالب دست‌فروشان محیط مترو را محیطی زنانه و ایمن می‌دانند، باید گفت که این محیط نیز آسیب‌های جدی خاص خود را دارد که تأمل جدی را می‌طلبد.

پیشنهادها و راهکارها

جهت ارائه راهکار درزمینه سامان‌دهی زنان دست‌فروش مترو و تعدیل اثرات نامطلوب دست‌فروشی، انجام پژوهش‌های جامعه‌شناختی امری ضروری است؛ حال آنکه، تا به حال، تحقیقات چندان‌ی در این زمینه صورت نگرفته است. برطبق یافته‌های این تحقیق، زنان دست‌فروش مترو شامل گروه‌های مختلف با ویژگی‌های متفاوتی هستند؛ لذا ارائه راهکاری کلی برای تمامی آنان ممکن نیست. هریک از سنخ‌های شناسایی شده دارای ویژگی‌های جمعیتی متفاوت (سن، تأهل، تحصیلات و...) و انگیزه و توان مهارتی متفاوتی می‌باشند؛ لذا هرگونه راهکاری باید متناظر با این تنوعات باشد. با توجه به کلیت موضوع و جمع‌بندی ویژگی‌ها می‌توان راهکارهای زیر را پیشنهاد کرد:

- حمایت از مشاغل خانگی: برخی از دست‌فروشان مترو زنانی هستند که تولیدات خود را در مترو عرضه می‌کنند. در این تحقیق، ۱۳ درصد از دست‌فروشان چنین ویژگی را دارا بودند که حمایت از آنان، از جمله در ارائه وام کارآفرینی و بیمه و سایر حمایت‌ها می‌تواند حضور آنها در مترو را کم‌رنگ نماید. در زمینه حمایت از مشاغل خانگی، وزارت کار و امور اجتماعی اقدامات مؤثری انجام داده است؛ اما پوشش حمایتی آنان، در مقایسه با تعداد متقاضیان، پاسخ‌گو نیست. با حمایت از مشاغل خانگی، توانمندی زنان در کوتاه‌مدت و کارآفرینی در درازمدت اتفاق خواهد افتاد.

- افزایش توان مهارتی و فنی: در کلیه سنخ‌های شناسایی‌شده، زنانی هستند که فرصت و توان و انگیزه کافی برای یادگیری مهارت‌های فنی و حرفه‌ای را دارند. ایجاد طرح‌های حمایتی برای این دسته از زنان نیز می‌تواند در کاهش گروندگان به این شغل مؤثر باشد.

- تشکیل بازارچه‌های دائمی: بازارچه‌های دائمی، همانند آنچه چندین سال پیش در پارک لاله (بازارچه سنتی پارک لاله) دایر گردید، می‌تواند زمینه‌ای را جهت حمایت از تولیدات خانگی و کارآفرینی و بالا رفتن توان مهارتی زنان فراهم آورد و این فرصت را در اختیار زنان قرار دهد که اجناس خود را به فروش رسانند.

- تشکیل روزبازارها: از دیگر راهکارهای کاهش دست‌فروشی در مترو، ایجاد روزبازارها در سطح پارک‌ها و برخی خیابان‌هاست. این بازارچه‌ها غالباً به ارائه کالاهای ضروری خانوارها می‌پردازند و امروزه، تعداد بسیار معدودی از آنها باقی مانده است و می‌تواند در سامان‌دهی دست‌فروشان کمک شایانی نماید.

- اجاره غرفه‌های مترو: طبق برآوردهای انجام‌شده، اجاره‌بهای غرفه‌های مترو، به‌طور میانگین، ماهانه ۶۰۰ هزار تومان است. این مبلغ، افراد را در اجاره چنین مکانی ناتوان می‌سازد. برای حل این مشکل، می‌توان غرفه‌های احداث‌شده در ایستگاه‌های مترو را برای مدت مشخص، به‌طور مثال یک‌ساله و به‌طور رایگان، از سوی شهرداری در اختیار افراد قرار داد و پس از گذشت مدت زمان مشخص، اجاره‌بهای غرفه پرداخت شود. اجاره سال اول نیز از سال دوم، به‌صورت اقساط پرداخت گردد.

کلیه راهکارهای ارائه‌شده را می‌توان به‌عنوان راهکارهای میان‌مدت و یا کوتاه‌مدت تلقی کرد که به‌دنبال سامان‌بخشی دست‌فروشی در مترو پیشنهاد می‌شوند؛ اما با توجه به اینکه علت اصلی

دست‌فروشی برای بسیاری از افراد، نیازهای مالی و تأمین مخارج ضروری است، لازم است که در این ارتباط، برنامه‌ریزی‌های اساسی و ساختاری مورد توجه قرار گیرد. در این رابطه، می‌توان به توزیع عادلانه درآمد، حمایت از طبقات کم‌درآمد و یا کاهش نرخ بیکاری اشاره کرد.

نتیجه‌گیری

بسیاری از مسائل اجتماعی، توجه ما را به منزلت و جایگاه زنان در جامعه جلب می‌کند. حضور زنان در مشاغل سطح پایین و کم‌درآمد، توسعه‌های اجتماعی که بعضاً منجر به عدم تساوی اقتصادی زنان و بی‌ارزش شمردن کار زنان در خانه و خارج از خانه گردیده است، همه از مواردی است که می‌تواند الگوهای عمیق مناسبات جنسیتی را در جامعه ما آشکار سازد: الگوهایی که بیشتر اوقات مورد بی‌توجهی واقع می‌شود و حال آنکه زندگی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Anderson, 1997). هدف این مقاله، پرداختن به مسئله‌ای اجتماعی با رویکردی جامعه‌شناختی می‌باشد. اگرچه علل گرایش زنان و شناسایی گروه‌های مختلف، در این زمینه، از اهداف اصلی این تحقیق است، اما مقاله حاضر به دنبال یک تأکید نظری نیز می‌باشد و آن اینکه، چگونه دانش جامعه‌شناسی در اثر تفکر جدی در مورد زندگی زنان، دگرگون و دوباره، مفهوم‌سازی می‌شود. اگرچه وظیفه جامعه‌شناسی، فهم ارتباطات و مناسبات اجتماعی و بررسی نحوه زندگی کنشگران اجتماعی است، اما فهم جامعه‌شناختی باید در جهت بازسازی نهادهای اجتماعی به کار آید؛ از این رو، زنان با مبادله تجربیاتشان با زنان دیگر ملاحظه خواهند کرد که چگونه تجربیات خصوصی آنها می‌تواند ریشه در شرایط اجتماعی داشته باشد. همان‌طور که سی‌رایت میلز می‌گوید: وظیفه مرکزی جامعه‌شناسی، فهم بیوگرافی شخصی و ساخت اجتماعی و ارتباط میان این دو است (Mills, 1959).

امروزه، جنسیت یکی از ویژگی‌های اساسی است که تقسیم کار، در جوامع معاصر، پیرامون آن دور می‌زند. به این معنا که زنان به شدت در طیف محدودی از مشاغل نیمه‌وقت، سطح پایین و کم‌درآمد متمرکز هستند: مشاغلی که عمدتاً زنانه تعریف می‌شوند. بسیاری از کارهای باثبات و تمام‌وقت با وظیفه مادری زنان جور در نمی‌آید و متأسفانه، علی‌رغم وقت بسیاری که زنان در امور خانه‌داری صرف می‌کنند و ارزش افزوده تولید می‌کنند، کار آنان غیرمولد تلقی می‌شود. حتی در مشاغلی که اکثریت با زنان است، پست‌های کلیدی و درآمدهای سطح بالا توسط مردان

دریافت می‌شود و زنان شاغل همواره، در محیط کاری، با سقف‌های شیشه‌ای روبه‌رو هستند؛ حال آنکه مردان هم‌تراز آن‌ها با استفاده از آسانسورهای شیشه‌ای و نامرئی، ارتقا می‌یابند. مقایسه کار زنان و مردان نشان می‌دهد که اگرچه برای مردان در کار، ارضاء جاه‌طلبی‌ها و بلندپروازی‌ها امری طبیعی تلقی می‌شود، اما برای زنان صرفاً رفع نیازهای مالی است که اولویت می‌یابد (Anderson, 1997).

بررسی تاریخی کار زنان و اشتغال آن‌ها در مشاغل مختلف، از جمله دست‌فروشی در مترو که پدیده‌ای نسبتاً جدید است، ما را قادر می‌سازد که به فهم تجربیات آن‌ها نایل شویم و می‌تواند الگوهای وسیعی را که در رابطه با مشاغل زنان وجود دارد، آشکار سازد. دست‌فروشی زنان در مترو به شدت وابسته به موقعیت طبقاتی و وضعیت تأهل آن‌هاست. اگرچه اشکال کار زنان می‌تواند متفاوت باشد و در الگوهای متعددی قابل دسته‌بندی است، اما وجه مشترک همه الگوها آن است که زنان بیشتر در کارهای کم‌درآمد و دست دوم و پاره‌وقت کار می‌کنند. دست‌فروشی نیز از جمله این مشاغل است که به نظر جزء مشاغل دسته‌دوم و حاشیه‌ای است که مستلزم توجه و بررسی است. یکی از سؤالاتی که این پژوهش درصدد پاسخ‌دادن است، علل استقبال بعضی از زنان از چنین شغلی است. پاسخ به چنین سؤالی، در گرو بیان ویژگی‌های این شغل، از زبان زنان دست‌فروش است. برطبق مصاحبه‌های عمیق، ویژگی‌هایی چون زنانه‌بودن محیط مترو، انعطاف‌پذیری، درآمدزایی، عدم نیاز به مهارت و سرمایه اولیه و از همه مهم‌تر، نیاز مالی و تنگناهای اقتصادی، زنان را به سوی این مشاغل فرا می‌خواند. محیط زنانه در واگن‌های بانوان، به گفته آنان، فضای امنی را فراهم می‌کند که به‌دور از استیلاهای مردانه در فضاهای عمومی به دست‌فروشی بپردازند. گاهی احساس امنیت در زنان، در مکان‌هایی که زنان در آن حضور دارند، بیش از سایر نقاط است و برعکس، از مکان‌هایی که جمعیت انبوه مردان در آن حضور دارند، اجتناب می‌کنند (صادقی و میرحسینی، ۱۳۸۸: ۱۳۶). برای بعضی از زنان، تجربه تلخ آزار جنسی در مشاغلی که پیش از پیوستن به مترو با آن مواجه بودند و القانات خانواده و جامعه، در انتخاب دست‌فروشی تأثیرگذار بوده است. از طرفی، ویژگی انعطاف‌پذیری دست‌فروشی این امکان را برای زنان فراهم می‌سازد که به‌صورت خودسامان عمل کنند و درآمد مکفی چنین شغلی که بنابر اظهارات پاسخ‌گویان، وسوسه‌آمیز است، ادامه راه را برای آنان میسر می‌سازد؛ کمالینکه یکی از دست‌فروشان می‌گوید: «من روزی ۳ تا ۴ ساعت به مترو میام و می‌تونم با

درآمدش کرایه‌خونه و خرج خونرو در بیمارم.» از دیگر ویژگی‌های شغل دست‌فروشی که در این پژوهش شناسایی شده و به‌نظر می‌رسد در شکل‌گیری چنین پدیده‌ای مؤثر است، خودگردانی، پاره‌وقت بودن، روزمزد بودن، پتانسیل وجود خریدار در شغل دست‌فروشی، عدم تغییرات جوی، سرمایه اولیه محدود، پتانسیل انجام کار گروهی، عدم نیاز به تخصص، سابقه کار و آزادی ورود و خروج به این شغل می‌باشد.

فضای مترو ظرفیت پذیرش اشکال مختلفی از دست‌فروشان را داراست که هر یک، این فضا را به شیوه خود قرائت می‌کنند. برای شناخت اشکال مختلف دست‌فروشان، در بخشی از پژوهش، تیپولوژی دست‌فروشان ارائه شده است. دست‌فروشان سرپرست خانوار، اولین گروه برشمرده در این تیپولوژی هستند. این زنان نیاز مالی و اجبار را مهم‌ترین دلیل خود برای روی آوردن به این شغل می‌دانند. گروه دوم، همیاران خانواده هستند که از لحاظ طبقه اقتصادی، شباهت بسیاری با گروه پیشین دارند و تنها در این مشخصه که درآمد آنان در جهت تکمیل درآمد سرپرست خانوار است، متفاوت می‌باشند.

غالب زنان متأهل دست‌فروش، از نظر میزان تحصیلات و آموزش مهارت، در سطح بسیار نازلی قرار دارند. بارون و نوریس (۱۹۷۸) ویژگی بارز شاغلان در مشاغل درجه دوم را گرایش نسبتاً ضعیف آنان به کسب آموزش و مهارت‌های مفید می‌دانند (Barron & Norris, 1976). در کنار آموزش حرفه‌ای پایین، ناتوانی زنان در بازار کار، به دلیل مسئولیت‌های خانگی، همچون نگهداری از فرزندان و انجام امور خانه است؛ به طوری که بسیاری از زنان سرپرست و همیاران خانواده به دنبال مشاغلی هستند که به وظیفه مادری آنان صدمه نزده و هم‌زمان قادر به ارائه نقش مادری باشند. گرت (۱۳۷۹) موقعیت تابع زنان در محیط کار را ارجحیت زنان به امور خانه دانسته است که سبب اهمیت کمتر کار بیرون از خانه در ذهن زنان می‌گردد (گرت، ۱۳۷۹). بدین ترتیب، تئوری‌های موجود، در حوزه نابرابری جنسیتی در بازار کار، در تبیین علل پیوستن برخی از زنان به دست‌فروشی موفق بوده است.

علاوه بر گروه‌های فوق، می‌توان به شکل‌گیری گروه‌های جدیدی اشاره کرد که از دل طبقه متوسط شهری برخاسته است. این اقلیت‌ها را می‌توان در دو گروه با نام «دست‌فروشی؛ عادت و کسب درآمد» و «دست‌فروشی؛ استقلال مالی و تفنن» جای داد. دست‌فروشان دسته سوم، کسانی را شامل می‌شوند که علاوه بر یاری‌رساندن به سرپرست خانواده در تأمین مخارج، به نیازهای

نه‌چندان ضروری خود پاسخ می‌دهند. دستفروشی برای استقلال مالی و تفنن نیز به کسانی اطلاق می‌گردد که پاسخ به نیازهای درجه دوم و یا تفنن، دلیل آن‌ها برای دستفروشی است. در این گروه، می‌توان نیازهای غیرضروری را با مصارف تجملاتی برابر دانست. بدین ترتیب، شاهد نمود «مصرف‌گرایی» در میان زنان، بالاخص گروه چهارم هستیم که برای پاسخ‌گویی به سطح رفاه مادی خود و خانواده حاضرند ریسک بالای چنین کاری را بپذیرند. گروه آخری که توسط زنان دستفروش به‌عنوان «دیگری» تعریف می‌شوند، دستفروش‌نماهایی هستند که در زیر ماسک دستفروشی به اعمال غیرقانونی مبادرت می‌ورزند که این گروه می‌توانند برای زنان دستفروش آسیب‌ساز باشند.

در یک جمع‌بندی کلی، می‌توان گفت دستفروشان با خوانش فضای مترو، به‌عنوان بازارچه‌های سیار، همگنی فضای مترو را زیر سؤال برده و از طریق جلب نظر موافق مردم (مسافری) به تداوم دستفروشی و معناسازی هر روزه آن می‌پردازند. همچنین برخی از آنان، از طریق بازتعریف مکان مترو، آن‌را به مکانی برای باهم‌بودن و لذت و تفریح مبدل می‌سازند. بدین ترتیب، «نیاز و عادت و لذت» سه مفهوم مهمی است که به‌واسطه تعاریف آنان از مکان مترو، در این مطالعه، تولید شده است.

کتابنامه فارسی

۱. ادیب حاج‌باقری، محسن و همکاران، ۱۳۸۶، *روش‌های تحقیق کیفی*، تهران: نشر و تبلیغ بشری.
۲. زمانی، فریبا، ۱۳۸۳، *بررسی تأثیر اشتغال زنان معلم بر زندگی خانوادگی آنان (شهر تهران)*، پایان‌نامه، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۳. سفیری، خدیجه، ۱۳۸۰، «موانع و مشکلات اشتغال زنان و تأثیرات و پیامدهای آن»، *مجله کار و جامعه*، ش ۳۹.
۴. صادقی فسایی، سهیلا و سمیرا کلهر، ۱۳۸۷، *مطالعه ابعاد جنسیتی برنامه سوم و چهارم توسعه و بررسی میزان تحقق اهداف جنسیتی در برنامه سوم توسعه*، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
۵. صادقی فسایی، سهیلا و مهسا رجب‌لاریجانی، ۱۳۸۹، «مطالعه جامعه‌شناسی آزار جنسی زنان در محیط کار»، *فصلنامه زنان در توسعه و سیاست*، دوره ۸، ش ۳.
۶. فلیک، اووه، ۱۳۸۷، *درآمدی بر تحقیق کیفی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نی.

۷. کار، مهرانگیز، ۱۳۷۹، *زنان در بازار کار ایران به همراه تئوری‌های نابرابری جنسیتی*، تهران: انتشارات روشنگران و مطالعات زنان.
۸. کاظمی، عباس، ۱۳۸۸، *پرسه‌زنی و زندگی روزمره ایرانی*، تهران: آشیان.
۹. گرت، استفانی، ۱۳۷۹، *جامعه‌شناسی جنسیت*، ترجمه کتابیون بقایی، تهران: دیگر.
۱۰. گرینت، کیت، ۱۳۸۵، *جامعه‌شناسی کار*، ترجمه رضوان صدقی‌نژاد، تهران: علم.
۱۱. گیدنز، آنتونی، ۱۳۷۶، *جامعه‌شناسی*، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
۱۲. محمدی، بیوک، ۱۳۸۷، *درآمدی بر روش تحقیق کیفی*، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۳. معیدفر، سعید و نفیسه حمیدی، ۱۳۸۶، «زنان سرپرست خانوار: نکته‌ها و آسیب‌های اجتماعی»، *نامه علوم اجتماعی*، ش ۳۲.

کتابنامه لاتین

14. Anderson, 1997, *Thinking about women, sociological perspectives on sex and gender*, Allyn and Bacon.
15. Barron, RD & G.M Norris, 1976, *Sexual Division and the Dual Labor Market, Dependence and Exploitation in Work and Marriage*, New York.
16. Bilton, T, K Bonnett & Ph Jones, M Stanworth, K Sheard, A Webster, 1981, *Introductory Sociology*, Macmillan.
17. Mills, C. Wright, 1959, *The Sociological Imagination*, London: Oxford university press.
18. Tam, Tony, 2000, "Occupational Wage Inequality and Devaluation", *American Journal of Sociology*.