



"הסיפור הזה מושק" - הטרדה מינית מצד לקוחות כלפי נשים העובדות במתן שירות דלית יסעור - בורוכוביץ¹

תקציר

המחקר הנוכחי מבקש לתת ביטוי לחוויות האישיות ולאסטרטגיות ההתמודדות של נשים, העובדות בעבודות שירות "קו ראשון", ואשר הוטרו מניית על ידי לקוחות. המחקר מתבסס על מחקר איכותני הכולל 50 ראיונות עומק. טענתי המרכזית היא, שהמאפיינים הטבועים בארגוני השירות משמשים כמנגנוני השתקה, קבלה ואפילו מתן לגיטימציה לתופעה השכיחה של הטרדה מינית מצד לקוחות, ומשאירים את הקורבנות ללא התמיכה המשפטית או הארגונית הקיימות במקרים של הטרדה מינית מצד ממונים או עמיתים לעבודה. כתוצאה מכך, נשים העובדות במגזר השירותים חייבות להשתמש באסטרטגיות אישיות לטיפול בהטרדות מיניות מצד לקוחות. אלה כוללות התעלמות ו"נרמול" הטרדה המינית; התנהגויות של הימנעות; הפסקת עבודה עם לקוחות; שינוי דפוסי התנהגות אישיים; חיפוש תמיכה מעמיתים לעבודה, משפחה וחברים; ושמירת הטרדה המינית בסוד. בעוד אסטרטגיות אלה מאפשרות לנשים להמשיך את שגרת העבודה והחיים שלהן, הן לא מציעות שינוי תרבותי או ארגוני, עוזרות בהסתרת התופעה, ולמעשה מאפשרות את המשך קיומה.

מבוא

"איזה גבר נכנס, אני לא בטוחה בן כמה הוא היה, לא שמתני אליו לב במיוחד. הוא ביקש ממני זוג ג'ינס מאחד המדפים הנמוכים. התכופתי כדי להוציא את הג'ינס ופתאום אני מרגישה את היד שלו מחליקה בין הרגליים שלי... קפצתי והתיישרתי, הייתי לגמרי המומה, אבל עוד לפני שהצלחתי לארגן את עצמי הוא מלמל משהו ויצא מהחנות. לקח לי כמה ימים להבין שאני לא מסוגלת יותר לעבוד במקום הזה ועזבתי את העבודה. שמתני לב שאני מרגישה כל הזמן מפוחדת ומתגוננת. אני מתביישת לספר על זה. ובטח שלא להורים שלי או לחבר שלי. אני מרגישה מושפלת וכועסת" (מירה, 26, מוכרת-לשעבר בחנות בגדים)

הטרדות מיניות במקום העבודה הן תופעה שהיחס אליה עבר שינוי משמעותי בעשורים האחרונים בכלל, ובשנה האחרונה בפרט. מהתנהגות שנתפסה כסיכון מקצועי מקובל של מועסקות רבות לתופעה שממוסגרת כבלתי-נסבלת במישור הארגוני ושמוקמת מחוץ לחוק (Ream, 2000). יחד עם זאת, המדיניות למניעה ולטיפול בהטרדות מיניות במקום העבודה מתמקדת בעיקר בהתנהגויות שמבוצעות על ידי עובדים בתוך-הארגון (בפרט מנהלים או קולגות), והיא כמעט שלא מתייחסת להטרדות מיניות שמתבצעות במקום העבודה על ידי אנשים שאינם משויכים לארגון, בעיקר לקוחות (Handy, 2006; Ream, 2000). ההיעדר הזה (כפי שמדגימים דבריה של מירה המובאים לעיל) עשוי ליצור בקרב עובדות בענפי השירותים, שחשופות

¹ ראשת החוג לקרימינולוגיה, המכללה האקדמית עמק יזרעאל. dality@yvc.ac.il

במישור היומיומי להטרדות מיניות מצד לקוחות, תחושה של חוסר-אונים, שמתורגמת לבושה, להסתרה ואפילו לעזיבה של מקום העבודה.

במאמר זה, אני מבקשת לתת קול לנשים שמועסקות בענף שירותים, בדגש על חוויותיהן המשותקות של הטרדה מינית על ידי לקוחות. ראיונות עומק שנערכו עם חמישים נשים שהועסקו בארגוני שירות שונים (חנויות, מרכזי שירות סולאריים, בתי מלון, מרפאות וכדומה) חושפים את תהליכי הסטנדרטיזציה, הטריוויאליזציה, וההשתקה שמאפיינים הטרדות מהסוג הזה, וכן את אסטרטגיות ההתמודדות המוגבלות שעומדות לרשותן של העובדות הנפגעות.

למרות הפגיעה האישית שעובדות השירותים חוות כתוצאה מההטרדה, הן נוטות לבטל או לנרמל התנהגויות אלה, או לחילופין, לנסות להימנע מהן באמצעות התפטרות או באמצעות שינוי סגנון הלבוש או ההתנהגויות שלהן. כמו כן, בעוד שחלקן פונות לחפש תמיכה בקרב חברים או בני משפחה, אחרות מעדיפות להשתיק את דבר ההטרדה המינית ולשמור עליה בסוד. צורות התמודדות של עובדות השירותים עם הטרדה המינית שהן חוו מצד לקוחות הארגון מבטאות אסטרטגיות פעולה אינדיבידואליות או סמויות, שעשויות לסייע לנפגעות במישור האישי-רגשי, אך הן לא מציפות את הבעיה מעל לפני השטח, ולא מציעות כל שינוי של המצב הקיים. אסטרטגיות אלה חושפות אפוא את ההיעדר של הסדרים ארגוניים ומשפטיים שתומכים במועסקות שנפגעות מהטרדה מינית על ידי לקוחות.

במאמר זה, אבקש לטעון שההיעדר הזה אינו מקרי, אלא נעוץ בסטנדרטים, בנורמות, ובתרבות הארגונית של ארגוני שירות. תפיסות ניהוליות שמעמידות את שביעות הרצון של הלקוח בעדיפות עליונה ושמדגישות את הרעיון שלפיו "הלקוח תמיד צודק". המאפיינים הממוגדרים והמיניים המאפיינים את טבען של עובדות השירותים של נשים מעודדים למעשה את הטרדה המינית מצד לקוחות והופכים אותה להתנהגות סטנדרטית, טריוויאלית, לגיטימית ומושתקת.

יחד עם זאת, כאשר עובדות השירותים מספרות על חוויותיהן המשותקות של הטרדה מינית מצד לקוחות (כפי שהן עשו למשל לצרכי מחקר זה), הן נאבקות בהשתקה ומקדמות את רעיון ה-tellability של הפיכת הטריוויאלי או ה"משעמם" לסיפור משמעותי שראוי לספר אותו. לתפיסת, זהו הצעד הראשון הנדרש לקידום ההכרה הרחבה בכך שהטרדות מיניות מצד לקוחות הן התנהגויות פוגעניות שצריך להיאבק נגדן ולא לקבלן כמובנות מאליהן.

עבודה בשירות והטרדה מינית מצד לקוחות

המחקר על התנהגות בלתי הולמת של לקוחות כלפי נותני שירות עסק בדרך כלל בשלושה סוגים של התנהגויות: תוקפנות מילולית, תוקפנות פיזית והטרדה מינית (Yagil, 2008). הטרדה מינית (SH) במקום העבודה מוגדרת באופן רחב כפעולות מיניות בלתי רצויות הנכפות ביחסים לא שוויוניים כנגד רצונו של הקורבן של התנהגויות אלו. זה כולל הצעות מיניות מילוליות (באופן אישי או בטלפון), פעולות בלתי רצויות עם גוון של מיניות, חיקוי ולעג לחלקי גוף ותנועות, הצגת פורנוגרפיה, וכל נגיעה לא רצויה, ניסיון לאונס ואונס בפועל (Folgero & Fjeldstad, 1995; מילון Merriam-Webster, 2013).

הגישה שלפיה "הלקוח תמיד צודק" למעשה מאותתת כי נותני (ובעיקר נותנות) שירותים מצופים לשאת התנהגויות פוגעניות מצדם של לקוחות (Belanger & Edwards, 2013, Grandey, Kern & Frone, 2007; Reynolds & Harris, 2006). לבריונות של לקוחות יש שורשים מבניים בארגוני שירות (Bishop & Hoel, 2008) שכן כאשר היחסים הבינאישיים בין לקוחות ונותני שירותים הם אינסטרומנטליים ומובנים ב"כללי שוק", וכאשר ללקוחות יש יותר כוח מאשר לעובדים והם נפגשים במפגשי שירות חד פעמיים, האינטראקציות נחוות על ידי העובדים כמנוכרות ביותר (Belanger & Edwards, 2013; Korczynski, 2009).

מרבית המחקר על הטרדה מינית בעבודה מתמקד בעיקר ביחסי עובד-מעביד או בין קולגות. עם זאת, לאחרונה קיימת מודעות גוברת והולכת לכך שהטרדה מינית היא התנהגות המבוצעת לעתים קרובות על-ידי לקוחות (Gettman & Gelfand, 2007; Yagil, 2008). קשר יומי עם מספר רב של אנשים חושף את נותנות השירות לשגרת התנהגויות מטרידות, המהווה נטל יומיומי עליהן. הטרדה מינית מצד לקוחות מתבטאת בהתנהגויות כגון הצהרות סקסיסטיות, התנהלות מינית בלתי הולמת, פעילות מינית כפויה או תקיפה מינית (Gettman & Gelfand, 2007; Hoobler & Swamberg, 2006). באופן רחב יותר, הטרדה מינית מצד לקוחות יכולה להיות מוגדרת כ"אינטראקציה מינית לא רצויה" אותה סופגים העובדים מצד לקוחות (Good & Cooper, 2016).

מחקרים (כמותניים ואיכותניים) בחנו את התופעה של הטרדה מינית מצד לקוחות באמצעות מקרי מבחן של נשים ממדינות שונות שמעורבות בסוגים שונים של עבודות שירות, בהן: עובדות קמעונאות בקנדה (Tadic & Hughes, 1998); סטודנטים העובדים בקמעונאות ובאירוח באוסטרליה (Good & Cooper, 2016); עובדות בנקים בעיירה קטנה בניו זילנד (Handy, 2006); נשות מכירות של ביטוחים בטיוואן (Lu-Ming, 2013); עובדות מסעדה במסעדות בסין (Liu et al., 2014); עובדות במלונות בניו זילנד (Poulston, 2008); עובדות המלון באנגליה (Guerrier & Adib, 2000) וחדרניות במלונות 5 כוכבים באוסטרליה (Kensbock et al., 2015).

ממחקרים אלה עולה שההטרדות המיניות מצד לקוחות הן תופעה רווחת ושכיחה, שרוב עובדות השירותים חוו באופן אישי במסגרת עבודתן (Guerrier & Adib, 2000; Handy, 2006; Hughes & Tadic, 1998; Poulston, 2008; Kensbock et al., 2015). החשיפה הגבוהה של עובדות השירותים להטרדות מיניות מצד לקוחות משפיעה לרעה על רווחתן ועל בריאותן הפיזית והמנטלית (Gilbert et al., 1998; Gettman & Gelfand, 2007; Hughes & Tadic, 1998). היא עשויה לעורר אצלן מבוכה, כעס, דאגה ופחד, ואף להפוך אותן ליותר "זהירות", "קופצניות" ו"חששניות" במסגרת המפגשים השגרתיים שלהן עם לקוחות הארגון (Hughes & Tadic, 1998). מכאן שלצד הפגיעה ברווחתן האישית, עובדות שירותים שמוטרדות מינית על ידי לקוחות עשויות להיתקל בקשיים בעבודה, במיוחד במסגרת האינטראקציות השגרתיים שלהן עם לקוחות, שפוגעים גם בתפקוד ובביצועים הארגוניים שלהן (Hughes & Tadic, 1998; Liu et al., 2014). רבים מהמחקרים, שעוסקים בסוגיה של הטרדות מיניות מצד לקוחות, מצביעים על כך שהתנהגויות אלה נובעות, במידה רבה, מהאופי המיני של עבודת השירותים. הסקסואליזציה של עבודת השירותים נעוצה באסטרטגיות ארגוניות רחבות יותר, ובדרך כלל מושתקות, שמקדמות את רעיון "העבודה האסתטית". כלומר שמעצבות את המראה החיצוני של העובדים לפי סטנדרטים שנתפסים כאטרקטיביים, ושיש להם אוריינטציה מינית חזקה (Warhurst & Nickson, 2009). למרות שהתכתיבים של "העבודה האסתטית" חלים על כלל עובדי השירותים (גברים ונשים כאחד), הם נשענים על תכונות גופניות ממוגדרות של העובדים (Pettinger, 2005), כך שבעיקר אצל נשים הזהות המינית נתפסת כחלק בלתי נפרד מעבודת השירותים שהן מבצעות (Brunner & Dever, 2014). כפי שֶׁאֲדָקִינו (Adkins, 1995) טוענת, תפקידי שירות רבים מטמיעים רעיונות דומיננטיים של מיניות שמעצבים את הנשים בתפקידים האלה כ"סחורות מיניות".

בענפי האירוח, למשל, עובדות השירותים מצופות להתלבש בסגנון ממוגדר (שמזוהה עם נשיות), "למכור" את מינותן ולפלרטט עם לקוחות, כך שנוצר קו דק בין "selling the service" לבין "selling sexuality" (Gilbert et al, 1998). ציפיות אלה בולטות במיוחד במלונות, שמאופיינים בסביבת עבודה מאד מינית מאחר שיש בהם טשטוש גבולות בין התחום הפרטי לציבורי ובין עבודה לפנאי, וכן מאחר שהם מטמיעים את התפיסה שלפיה הפלירטוט הוא חלק בלתי נפרד מהשירות שמוצע ללקוחות/אורחים במלון (Guerrier & Adib, 2000). במסגרת זו, החדרניות במלונות סובלות מחשיפה גבוהה במיוחד להטרדות מיניות מצד לקוחות; זאת מאחר שהתפקיד שלהן ממוגדר באופן מובהק – כפי שמשקף במובהק בסגנון

הלבוש/המדים שלהן, ובאופי המיני והאינטימי שמיוחס לחללי העבודה העיקריים שלהן – חדרי שינה וסוויטות (Guerrier & Adib, 2000; Kensbock et al., 2015).

לצד המגדור והסקסואליזציה שלה, עבודת השירותים מאופיינת גם, מעצם טיבה, באינטראקציות שגרתיות שמוכוונות לסיפוק הצרכים והרצונות של לקוחות הארגון. למרות שהריצוי של לקוחות הוא אינטרס ארגוני אינהרנטי לעבודת השירותים ואינו בגדר דרישה חדשה מעובדי השירותים, בעשורים האחרונים התחזקה באופן משמעותי החשיבות הארגונית שמיוחסת לשביעות הרצון של הלקוחות, בהשפעת התחרותיות הגוברת של ארגוני השירותים. מגמה זו הובילה להתבססותה של "הכת של הלקוח", שמקדשת את הלקוח-צרכן ושמבנה אותו כשחקן אוטונומי, בעל רגולציה-עצמית ורצון למימוש – עצמי מקסימלי (Du Gay & Salaman, 1992). הפרדיגמה העכשווית בארגוני השירותים מדגישה רעיונות שלפיהם "הלקוח ראשון" או "הלקוח תמיד צודק", כך שהעובדים חשופים ללחצים הולכים וגוברים לספק "שירות לקוחות איכותי", תוך שהם מוערכים כלכלית על הבסיס הזה (Hughes & Tadic, 1998; Lu-Ming, 2013). כתוצאה מכך, יחסי הכוח עובד/לקוח בענף השירותים מועצמים, במיוחד כשמדובר בעובדת-אישה/לקוח-גבר (Hughes & Tadic, 1998).

יחסים אלה מהווים כר פורה להטרדות מיניות מצד לקוחות (Fine et al., 1994) – הן מאחר שהם מרחיבים את התופעה של ניצול מצד לקוחות ומעניקים לה יתר לגיטימציה במישור הארגוני (Korczynski & Evans, 2013; Yagil, 2008); והן מאחר שהם מצמצמים את היכולת של עובדות השירותים להתנגד להטרדות מיניות מהסוג הזה (Guerrier & Adib, 2000; Hughes & Tadic, 1998).

ואכן, מחקרים שבוחנים את התגובות של עובדות השירותים להטרדות המיניות מצד לקוחות מצביעים על כך שהן נוטות להתעלם מהתנהגויות אלה ולהתייחס אליהן בביטול, תוך שהן רואות בהטרדה המינית התנהגות בלתי מזיקה או טריוויאלית (Good & Cooper, 2016; Handy, 2006; Hughes & Tadic, 1998), התנהגות גברית טיפוסית (Kensbock et al., 2015), או התנהגות בלתי נמנעת שמהווה חלק בלתי נפרד מעבודת השירותים (Kensbock et al., 2015; Poulston, 2008). בנסיבות אלה, עובדות השירותים נוטות לפתח טקטיקות התמודדות פסיביות או עקיפות עם ההטרדה, שכוללות ניתוק עצמי, הימנעות מאינטראקציות עם לקוחות-גברים, שינוי ההתנהגויות בעבודה, הומור "מאחורי הגב" של הלקוחות, ושיתוף של החוויה המטרידה עם עמיתים-לעבודה, חברים, או בני משפחה (Guerrier & Adib, 2000; Handy, 2006; Hughes & Tadic, 1998; Kensbock et al., 2015). במקרים מסוימים, עובדות השירותים עשויות לנקוט גם באסטרטגיות קולקטיביות שנועדו למנוע או להפסיק את ההטרדה המינית, למשל החלפת משמרות עם עובדות אחרות (Handy, 2006) או עירוב של עובדים אחרים בסיטואציה המטרידה (Good & Cooper, 2016).

אף שהעובדות המוטרדות עשויות, במקרים מסוימים, לדווח למנהלים הישירים שלהן על המקרה, הן מוגבלות ביכולת שלהן להגיש תלונה רשמית על ההטרדה המינית (Hughes & Tadic, 1998; Good & Cooper, 2016). גם עימותים ישירים עם הלקוחות המטרידים מהווים מקרים נדירים יחסית, מאחר שעובדות השירותים חוששות שעימותים כאלה יפרו את הסדר במקום העבודה או יגררו תלונה מצד הלקוח, ואף יביאו לפיטוריהן (Guerrier & Adib, 2000; Hughes & Tadic, 1998). מצד אחד היכולת של עובדות השירותים להגיב באסרטיביות להטרדות המיניות מצד לקוחות גבוהה יותר במקרים שמדובר בלקוחות מוכרים ולא אנונימיים. מצד שני, כאשר הציפייה מעובדות השירותים היא לפתח יחסים ארוכי-טווח ו"אישיים" עם הלקוחות (למשל בבנקים), הנטייה של הלקוחות להתנהגויות מיניות גוברת, ואילו היכולת של עובדות השירותים להתנגד אליה פוחתת (Handy, 2006).

דרכי ההתמודדות של עובדות השירותים עם ההטרדה המינית מצד לקוחות מושפעות במידה מכרעת מהתרבות הארגונית ומהמדיניות הנהוגה במקום העבודה ביחס לסוגיה זו. כאשר מקום העבודה לא נוקט במדיניות שמונעת הטרדות מצד לקוחות, או שמענישה את אלה שמעורבים בה, עובדות השירותים נאלצות

לקבל התנהגויות מהסוג הזה כמובן מאליו, ולהתמודד איתן באמצעים פסיביים יחסית (Kensbock et al., 2015). לכך מצטרפת תרבות ארגונית, שמעלה על נס את שביעות הרצון של הלקוח, וביחד נוצרת סביבת עבודה שמעודדת למעשה הטרדות מיניות מצד הלקוחות ושגורמת לעובדות השירותים להתעלם ולהשתיק מקרים פוגעניים מהסוג הזה (Lu-Adkins, 1995; Folgero & Fjeldstad, 1995; Hughes & Tadic, 1998; Ming, 2013).

מאמר זה מבקש להרחיב ולהעמיק את הדיון בסוגיית ההטרדות המיניות מצד לקוחות, תוך התבססות על סיפוריהן האישיים של עובדות שירותים בישראל. זו הפעם הראשונה שהסוגיה נבחנת דרך המקרה הישראלי, והיא תורמת לידע התיאורטי הקיים בנושא בכך שהיא מצביעה על הקשרים ההדוקים בין סביבת העבודה בענפי השירותים השונים לבין התבססותה של ההטרדה המינית מצד לקוחות כתופעה רווחת ומושתקת, שמכתיבה את אסטרטגיות ההתמודדות המוגבלות של העובדות הנפגעות.

שיטה

בעוד שמספר מחקרים בחנו באופן ישיר כיצד נשים מתמודדות עם הטרדה מינית מצד לקוחות, אף אחד מהם לא נערך בישראל. יתר על כן, מחקרים אלה דנים רק לעתים נדירות במנגנונים התרבותיים והארגוניים המעודדים התנהגות זו, ומחייבים את אסטרטגיות ההתמודדות של ספקי השירותים. לכן, במחקר הנוכחי, אני מבקשת להתמקד ביחסים שבין תרבות ומדיניות ארגונית, לבין תגובותיהן של עובדות השירות עם הטרדה מינית מצד לקוחות. כדי להבין טוב יותר את התופעה, ובשל רגישותו הגבוהה של הנושא, נבחרה הגישה האיכותנית, מהסוג של "מחקר מעוגן בשדה" (Straus & Corbin, 1990).

הגישה של "מחקר המעוגן בשדה" מתמקדת בחקירת תופעות ספציפיות ומבוססת על נקודת המבט של האינפורמנטים. תאוריה כזו שמה דגש רב על הקשבה להסברים של המשתתפים עצמם: דברי האינפורמנטים וההסברים שלהם מהווים את הבסיס לבניית מודל או תיאוריה (שקדי, 2003). שיטת מחקר זו נקראת "תאוריה המעוגנת בשדה" מפני שהיא בנויה מ'לבנים' שנלקחו מתוך השדה של התופעה הנחקרת. ההנחה מאחורי תהליך כזה היא, שלאנשים אמנם יש תאוריות ושמאחורי המילים והפעולות שלהם נמצאים מבנים תאורטיים מסוג כלשהו, אולם התאוריות הללו אינן בהכרח תאוריות בעלות לכידות ורצף פנימי (Glaser, 1978). במקרים רבים האינפורמנטים אינם מודעים לתאוריות שלהם וההסברים שלהם מבוססים יותר על הידע הסמוי ופחות על הידע הגלוי שלהם. במהלך הריאיון המחקרי החוקרים מנסים לעזור לאינפורמנטים להפוך את הידע הסמוי לידע מודע וגלוי (Straus & Corbin, 1990). מכיוון שמדובר בתופעה מושתקת, שפעמים רבות אפילו החוות אותה אינן נותנת לעצמן דין וחשבון בגלוי על השפעתה, נראה כי שיטת מחקר זו, שהיא ממוקדת בתופעה הספציפית מחד, ומתבססת על נקודת המבט של האינפורמנטיות מאידך, היא המתאימה ביותר למחקר זה.

משתתפות

במחקר הנוכחי רואיינו 50 נותנות שירות בישראל. המשתתפות כולן הן נותנות שירות "קו ראשון" (כלומר – נמצאות בקשר ישיר עם מקבלי השירות) בשירותים שונים, כולל קמעונאות, מוקדים טלפוניים, בתי מלון, ומרפאות. גילן נע בין 21 ל-35; 33 יהודיות, ו-17 ערביות, וכולן הוטרו מניית על ידי לקוח לפחות פעם אחת בשנה שקדמה לריאיון המחקר. המשתתפות נבחרו ורואיינו על ידי תלמידות סמינריון המחקר שלי, שהכירו אותן, ובאמצעות שיטת כדור השלג. הקריטריונים היחידים להשתתפות היו: אישה, נותנת שירות ישיר, ושחווה הטרדה מינית מצד לקוח לפחות פעם אחת.

תהליך

איסוף הנתונים נעשה על ידי ראיונות עומק מובנים למחצה, שנמשכו בין 30 ל-60 דקות כל אחד. הראיונות הוקלטו ותומללו. שלוש מהסטודנטיות שאספו את הנתונים ביקשו להתראיין גם הן על ידי תלמידות אחרות

בפרויקט, מכיוון שהן שרצו מאוד לספר על מה שהן עברו. הסכמתי והשתמשתי גם בראיונות שלהן, שכן רוח המחקר הפמיניסטי קוראת להכרה בכך שהאישה החוקרת היא לא רק חלק מהמחקר, אלא שאמונותיה וחוויותיה הן חלק ממה שמעצב את המחקר. משמעות הרעיון הזה היא שהחוקרות, במקרה זה הסטודנטיות שלי בסמינריון המחקר, לא רק מראיינות את האינפורמנטיות, אלא חלקן הן גם אינפורמנטיות בעצמן מכיוון שהן מתאימות לקריטריוני ההכללה במחקר. משמעות נוספת של היות המחקר מחקר פמיניסטי הוא היות התופעה הנחקרת מתקיימת בתוך יחסי כוחות בין המינים בחברה הנחקרת (Harding, 1987; Reinhertz, 1992). במחקר המוצג לעיל – יחסי הכוחות בשוק העבודה הישראלי בכלל ובארגוני שירות בפרט. עצם העלאת הסוגיה, שהיא מושתקת ארגונית אך שכיחה בחווייתן של נשים רבות, ומתן "קול ושם" (naming and claiming) לתופעה היא פעולה שמתבססת על עקרונות המחקר הפמיניסטי (בנימין, 2014). הראיונות כללו שאלות פתוחות לגבי ההקשר הארגוני בכלל וההקשר של אירוע / הטרדה מינית מצד הלקוח, השפעת ההטרדה על חייה האישיים של המרואיינת ועל חיי העבודה שלה, עמדות הארגון כלפיה, וכיצד האירוע טופל, או היה צריך לטפל בו לדעת המרואיינת.

מחקרים העוסקים בבני אדם בכלל, ובמצבים פוגעניים בפרט, הם תמיד גם התערבות מסוג כלשהו, ובכך מציבים דילמות אתיות הדורשות הצדקה של תהליכים ומתודולוגיות. חקירת נושאים מושתקים מעלה על פני השטח סוגיות שפעמים רבות עלולות לפגוע במשתתפי המחקר (Yassour-Borochowitz, 2004). רגישות הנושא, הצורך בקבלת הסכמה מדעת וחשיבות הפרטיות והסודיות הביאו לכך שכל השמות של הנשים והממונים עליהן, כמו גם שמות הארגונים, הושמטו והוחלפו בשמות בדויים. עם זאת, מכיון שמדובר בפרויקט מחקרי בעל מספר לא קטן של נחקרות מחד, ומאחר ולא הייתה מעורבות אישית ארוכה או מקיפה בין המרואיינות והמרואיינות – לא ראיתי צורך לערב את המרואיינות באופן מעמיק/מקיף יותר בפרשנות של הממצאים כפי שמקובל לעיתים במחקר איכותני (שקדי, 2004; Lincoln & Guba, 1985). עם זאת, קיבלתי את הסכמת תלמידותיי להשתמש בנתונים הגולמיים (כלומר, הראיונות המתומללים) עבור מחקר זה.

ניתוח נתונים

ניתוח התוכן בוצע על ידי, בהתבסס על עקרונות המחקר האיכותני. הנתונים נותחו בשלושה שלבים עיקריים: הראשון, "קידוד פתוח", קראתי כל ראיון מתחילתו ועד סופו כדי לקבל רושם ראשוני של הנושאים העיקריים המוזכרים בו. לדוגמה – סוגי ההטרדות, דרכי ההתמודדות עם ההטרדות, היבטים אישיים-רגשיים והיבטים ארגוניים. בשלב השני, ביצעתי ניתוח מיפוי, שבו אספתי את הנתונים לקטגוריות כלליות ולתת-נושאים. לדוגמה – מיפוי וסיווג צורות ההטרדה השונות, או בניית טיפולוגיה של דרכי התמודדות. בשלב השלישי קראתי מחדש את הראיונות לניתוח ממוקד שמטרתו לזהות את עמדות המרואיינות בקשר למושגים או לנושאים המופיעים בספרות המקצועית. לדוגמה, בהקשר של התמודדות עם ההטרדה מדובר בספרות על "התנהגויות נמנעות", מושג שמתאר חלק מדרכי ההתמודדות של חלק מהמרואיינות, וכן הלאה. (שקדי, 2003; Straus & Corbin, 1990).

כדי להגביר את אמינות הניתוח, הוצגו הקטגוריות לעשר מהמרואיינות, שהתבקשו להעריך את התמות והקטגוריות העולות מהניתוח. מחקר פמיניסטי מיוצר ומעוגן, בין היתר, באמצעות הקישור שבין ספרות תיאורטית (פמיניסטית ואחרת) ובין ניסיון חייהן של המשתתפות במחקר (Fonow & Cook, 2005). מוקד עבודתה של החוקרת הפמיניסטית לייצג את הקולות מהשטח מתוך נקודת מבט רפלקסיבית ומתוך מודעות למגבלת הייצוג, והדגשת חשיבותו של מחקר על "בעיות שאין להן שם" ותיאור וניתוח של ה"קול השונה" (וילמובסקי, 2010). אמינותו של המחקר האיכותני מתבססת על "היכולת להראות" (apparentness) ו"יכולת ההעברה" (transferability), כמו גם המושג "ראוי לאמון" (trustworthy), שהוצעו ע"י לנקולן וגובה (Lincoln & Guba, 1985), כתחליף למושגים מהימנות ויכולת הכללה כתבחיני איכות מחקריים.

תפקידם של מושגים אלו ביחד עם ההגדרה הפמיניסטית של מהות המחקר הוא להעניק למחקר את האמינות והשקיפות של התהליך המחקרי.

ממצאים

הסביבה הארגונית והטרדה מינית מצד לקוחות

מהמחקר עולה כי הטרדות מיניות מצד לקוחות הן תופעה מוכרת ורווחת בענפי השירותים. כבר במסגרת תהליך האיתור של מרואיינות למחקר הסתבר, שמרבית הנשים שהועסקו כעובדות שירותים נחשפו במסגרת עבודתן, הן ברמה האישית והן כצופות מהצד, להטרדות מיניות מצד לקוחות. אלה מתוכן, שחוו באופן אישי התנהגויות מהסוג הזה (ושהשתתפו במחקר), סיפרו על צורות שונות של הטרדות מיניות מצד לקוחות – החל מהערות בעלות אופי מיני (מרומז או בוטה) ועד כפייה של מגע פיזי לא רצוי – במסגרת זו, המרואיינות הצביעו על מאפיינים שונים, שהם מובנים לסביבת העבודה שלהן, כגורמים שמטפחים את ההתנהגויות המיניות של הלקוחות. כך למשל סיפרו שלוש נשים שהועסקו בסוגים שונים של ארגוני שירותים – חנות בגדים, בית מלון ותחנת דלק:

יש המון אנשים כאלה בחנויות בגדים שמרשים לעצמם להתנהג איך שבא להם... כאילו, כל התמונות הענקיות האלה של דוגמניות חשופות, כל מיני רמזים כאלה של מותר... וגם ההנחיה הזאת שתמיד ברקע – "תהיי נחמדה", "תחמיאי לו על המראה שלך", "תרמזי שהוא מוצא חן בעיניך בבגד שהוא מודד"... נו, אני לא יכולה להאשים את הגברים שזה מבלבל אותם.

בחפיפה אומרים לך שנותני השירות במלון שלנו הם העיניים של ההנהלה, וצריכים לזהות מה יעשה נעים וטוב ללקוחות, כדי שיחזרו למלון. אנחנו מלון בוטיק, אז כאילו הדברים הקטנים, התשומת-לב הזאת. אפילו אני, עכשיו כשאני מכניסה מישהי חדשה, אני אומרת לה: "תשימי לב, תחשבי שזה חבר שלך שבא למלון. מה יעשה לו נעים? מה יפנק אותנו?" ואני יודעת בלב שלי שזה בדיוק מסוג האמירות האלו שמעודדות גם הטרדות מיניות. לא, הלקוח הוא לא החבר שלי, ואני לא צריכה לקרקר מולו כאילו הוא מוצא חן בעיני. מצד שני, התחרות כל כך גדולה, שמי שלא עושה את זה לא תצליח. לא תתקדם.

תחנת דלק זה מין מקום כזה של גברים. כאילו הקטע הזה של לטפל ברכב... נשים נכנסות אלינו, ממלאות, מקסימום רוחצות שמשות ומסתלקות. אבל יש גברים שבאים, כאילו, למין "בילוי" עם הרכב. ואז הם צריכים לעשות כל מיני... להשוויץ במכונית, להראות שהם מבינים... והקהל שלהם זה כאילו אני, אנחנו, הנשים שעובדות בתחנה. וזה לא אכפת להם שזאת בשבילנו רק עבודה זמנית, נדרשת. ואז הם מתחילים להתנהג... לפלרטט כאילו אנחנו באיזה פאב או משהו. זה מביך אותי ולפעמים מעצבן, אבל אני לא יודעת איך להפסיק את זה, כי יש משהו בסט-אפ הזה של נשים ומשאבות דלק, ורחיצת החלונות של האוטו, שעושה להם אסוציאציות... כמו בפרסומות. זה מביך אותי בטירוף, ואני ממש שונאת ללכת לעבודה בגלל זה.

מדברים אלה עולה כי דפוסים משני סוגים – מקום העבודה הממוגדר, והעבודה הממוגדרת – הם שהופכים את ארגוני השירותים לסביבה שמעודדת הטרדות מיניות מצד לקוחות. המגדור של מקום העבודה נובע מהעיצוב הפיזי של החלל הארגוני (למשל הצבת תמונות ענקיות של נשים חשופות גוף ופתייניות למראה בחנויות בגדים), וכן מתפיסות חברתיות-תרבותיות שרואות בסביבה הארגונית זירה "גברית" במהותה (למשל בתחנות דלק). המגדור של עבודת השירותים נעוץ בציפיות, או אפילו בדרישות, שמוטלות על הנשים המועסקות – לעשות מאמצים מקסימאליים על מנת להנעים את זמנם של הלקוחות ולהשביע את רצונם, כלומר לנקוט בהתנהגות פלרטטנית (מפנקת, מחמיאה, ומזמינה) כלפי הלקוחות הגברים.

הגישה הפלרטטנית המצופה מעובדות השירותים מופנת כה עמוק בנורמות של מקום העבודה, עד כדי כך שהעובדות עצמן (כפי שמדגים הציטוט השני לעיל) עשויות "להעביר הלאה" התנהגות כזאת לעובדות החדשות; זאת למרות שהן מודעות לפוטנציאל הפוגעני שטמון בה, כאשר התפיסה שמנחה אותן היא שזו ההתנהגות הנדרשת מעובדות שירותים "טובות", ושהיא תנאי הכרחי להישרדותן ולהתקדמותן במקום העבודה.

סביבת העבודה בענפי השירותים מעודדת הטרדות מיניות מצד לקוחות לא רק דרך הנורמות, הסטנדרטים, והציפיות שמוטמעים בה, אלא גם באמצעות מה שנעדר ממנה – מדיניות ברורה שמתנגדת בתוקף, הן במישור ההצהרתי והן במישור המעשי, להטרדות מהסוג הזה. כך למשל סיפרו שתיים מהמרואיינות:

הבחור הזה... הוא ביקש ממני למדוד כל מיני דברים שהוא כאילו רצה לקנות מתנה לחברה שלו. והוא כל הזמן אמר דברים כמו "את ממש דומה לה בגודל" "גם היא גבוהה עם ציצים גדולים" "אני מת על הגוף שלך, זה בטוח יתאים לך". דברים כאלה. בקול רם. הוא התחיל לצחוק, ואבא שלו אמר לי אני מצטער בשם הבן שלי הוא קצת נסחף בצחוקים איתך, וזה לא היה לעניין. מרוב בושה אמרתי לאחראי שלי שהיה לידי שהוא לא נורמלי, והלקוח שמע אותי אומרת את זה, לכן אבא שלו התנצל... אבל מה שהיה הכי קשה זה שהייתי צריכה להתמודד עם זה לבד בחנות מבלי שיהיה לי על מי להישען או שהאחראי שלי יקום ויגיד לו שהוא הגזים ונסחף... במקום זה הוא שתק והעדיף לסיים לעשות לו את החשבון.

הארגון אומנם עובד לפי נהלים ומחתיים את עובדיו על חוק מניעת הטרדה מינית עם כניסתם לעבודה, אך זה לא מבטיח שלא יתרחשו ההטרדות כלל. בתכלס, בנות שעברו הטרדות מצד לקוחות וניסו להתלונן, התשובה הייתה: "אז תלכי למשטרה ותגישי תלונה", או: "אין מה לעשות – איפה שעובדות בחורות צעירות אז תמיד יהיו הטרדות". ומהר מאד את מבינה שאף אחד לא מתכוון להתלכלך בשביל לטפל בזה ברצינות.

ההתעלמות של אחראים ומנהלים במקום העבודה ממקרים נצפים או מדווחים של הטרדות מיניות מצד לקוחות עולה בקנה אחד עם היעדר מדיניות ברורה סביב סוגיה זו במישור הארגוני הרחב. זאת בניגוד לדה-לגיטימציה הארגונית שסופגת, במידה כזו או אחרת, את התופעה של הטרדות מיניות מצד עובדי הארגון (בעיקר מנהלים וקולגות). הבדלים אלה מושפעים כנראה מהחוק למניעת הטרדה מינית בישראל, שמטיל על המעסיק חובה ברורה למנוע ולטפל בהטרדות מיניות שבוצעו על ידי עובדים או ממונים מטעמו, אך הוא לא מתייחס במישרין (אלא רק באמצעות פרשנות מרחיבה) להטרדות מיניות שבוצעו על ידי לקוחות ("החוק למניעת הטרדה מינית תשנ"ח 1998"). מכאן, שעובדות שירותים שמוטרדות מינית על ידי לקוחות נתקלות בחומות של התעלמות, התחמקות, והשתקה מצד ארגון שאמור להגן עליהן מפני כל הטרדה מינית שמתרחשת בתחומן.

ראוי לציין כי במקרים מסוימים, ממונים או מנהלים בארגון עשויים שלא להיות סובלניים כלפי הטרדות המיניות מצד לקוחות, אלא לנקוט בגישה תקיפה כלפי הלקוח המטריד, כולל סילוקו משטחי הארגון ואיומים בהגשת תלונה במשטרה נגדו. יחד עם זאת, מדברי המרואיינות עולה כי התייחסות מהסוג הזה מתרחשת רק במקרים חמורים במיוחד, כאשר נחצים "הקווים האדומים" של מה שמוכר כ"הטרדה לגיטימית". למשל כאשר לקוח-גבר חושף בפני עובדת את איבריו האינטימיים. אולם במקרים ה"קלים" (והרווחים) יותר של הטרדות מיניות מצד לקוחות, הנטייה הארגונית היא להתעלם מההתנהגות המטרידה, להתייחס אליה בביטול ולנרמל אותה; זאת מתוך מטרה לשמור על הסדר הארגוני ועל היחסים ה"תקינים" בין הארגון ללקוח. בנסיבות אלה, עובדות השירותים נאלצות להתמודד עם מרבית המקרים של הטרדות מיניות מצד לקוחות באמצעות אסטרטגיות אינדיבידואליות או סמויות מסוגים שונים, שאותן אפרט להלן.

אסטרטגיות התמודדות עם ההטרדה המינית מצד לקוחות

הנשים, שהשתתפו במחקר, תיארו דרכים שונות להתמודדות עם ההטרדה המינית על ידי לקוחות. את הדרכים האלה אפיינו באמצעות שישה טיפוסים של אסטרטגיות התמודדות: ביטול ונרמול של ההטרדה המינית; התנהגויות של הימנעות; הפסקת עבודה עם לקוחות; שינוי התנהגויות אישיות; בקשת תמיכה מעמיתים, מנהלים, בני משפחה וחברים; ושמירה בסוד של ההטרדה המינית.

למרות שמדובר באסטרטגיות התמודדות שונות, הן חולקות מאפיין מרכזי משותף: כולן מוגבלות להתמודדות ברמה האינדיבידואלית, או ברמה של המעגל החברתי-משפחתי הקרוב. כלומר - הן מתבצעות במישור הלא-פורמאלי, "מאחורי הגב" של מקום העבודה, ללא כל ניסיון לקבל גיבוי, תמיכה, או סיוע ממנו או מגורמים מטעמו. מאפיין זה חושף אפוא את ההיטמעות של ההטרדות המיניות מצד הלקוחות בסדר הארגוני-צרכני, כתופעה מושתקת שמשתרת את ההיגיון העסקי-כלכלי של חברות השירותים. בחלק הבא, אתאר ואדגים את אסטרטגיות ההתמודדות השונות של עובדות השירותים עם הטרדות מיניות מצד לקוחות, ואראה כיצד הן כרוכות בעידוד או בהשתקה של התופעה על ידי ארגוני השירותים.

ביטול ונרמול ההטרדה המינית

בין המרואיניות, האסטרטגיה הנפוצה ביותר לטיפול בהטרדה מינית מצד הלקוח היא התעלמות מהאירוע ונרמולו (ראו גם: Hall, 1993; Gettman & Gelfand, 2007). כדברי בהייה, 21, קופאית בסופרמרקט: *לא יכולתי לסבול את זה יותר [את ההערות המיניות והרמיזות], חשבתי שאולי זה בגלל שאני חדשה ולא ידעתי איך להגיב על הדברים האלה, אז סיפרתי לאחת מהבנות האחרות והייתי בטוחה שהיא תהיה מזועזעת ואמפתית. במקום זאת, היא ביטלה את הסיפור, אמרה שזה מה שכל הבנות שעובדות כאן צריכות לסבול, אמרה לי להתעלם מזה אם אני רוצה להמשיך לעבוד כאן... לא לעשות מזה עניין גדול... היא אמרה לי 'קלאם פאדי' [מילים ריקות בערבית]... לא עניין גדול... הרגשתי נורא אבל הבנתי את הרמז, שזה התנהגות רגילה כאן.*

בתחילת תקופת ההעסקה שלה כקופאית, הדוברת רואה בהערות המיניות שהיא סופגת באופן שגרתי מהלקוחות התנהגות לא ראויה שצריכה להיפסק. אפילו הנטייה שלה להאשים את עצמה בהתנהגות זו מרמזת על התפיסה שמדובר במצב בר שינוי, שנגזר מהיעדר הניסיון שלה בעבודה. אולם במהרה, אחרי שהיא מתייעצת עם עמיתה יותר מנוסה במקום העבודה, הדוברת "לומדת" שההערות המיניות מצד הלקוחות הן חלק מהתפקיד שהיא ממלאת. במלים אחרות, הרתיעה ה"אוטומטית" של הדוברת מהטרדות אלה מוחלפת בהתמודדות הנפוצה ביותר בקרב עמיתותיה – קבלת ההטרדות כמובן מאלין, כמחיר שכל עובדת נאלצת לספוג "בלי לעשות עניין". בהדרגה, מה שנתפס מחוץ למקום העבודה כהתנהגות פסולה, הופך לנורמאלי ולמקובל בעבודת השירותים. שינוי זה מצביע על תהליך הטריטוריאליזציה של ההטרדות המיניות מצד לקוחות בארגון, עד להפיכתן לפרקטיקה שגרתית ומקובלת, שאפילו העובדות הנפגעות נוטות, בלית ברירה, לבטל בהינף יד.

התנהגויות נמנעות

אסטרטגיה שנייה יכולה להיות מתוארת בדרך כלל "התנהגויות נמנעות". קטגוריה זו נעה מהתנהגויות קלות ומתפשרות, כגון מתן שירות עסקי בלבד ללא שום יחס אישי, ועד טקטיקות בוטות יותר של התעלמות מלקוחות גברים, ואפילו סירוב מוחלט לשרת גברים. דוגמה מובהקת לשתי גרסאות של הימנעות ניתן לראות בסיפורה של דנה, בת 22, שעבדה בתחנת דלק:

אחרי התקרית הזאת [היא ניגשה לשני לקוחות גברים שהציעו לה הצעות מיניות גסות כאילו הייתה זונה], נעשיתי מסויגת ומרוחקת כלפי הלקוחות. אז הבוס שלי אמר לי כמה פעמים שאין לי את הגישה הנכונה, שאני צריכה להיות נחמדה וידידותית יותר כדי שהתחנה

שלנו תקבל את הבנוס של "פרס השירות הטוב". ניסיתי, אבל לא יכולתי: הרגשתי חרדה, זולה. זה נהיה גרוע יותר עם הזמן, ממש נעשיתי פרנואידית, אם את מבינה... ואני מצאתי את עצמי נמנעת מלצאת מהמשרד אל אזורי השירות אם לא היה עוד עובד בחוץ. אני לא רוצה להיות בשום אינטראקציות עם לקוחות זכרים, אפילו לא מבוגרים! ברור שפוטרתי, ואני לא מאשימה אותם. את לא יכולה להפלות בין הלקוחות, זה לא בסדר ...

דנה מתארת תהליך של הסלמה בהתנהגותה לאחר תקרית הטרדה: בתחילה היא רק מסויגת ועניינית, והבוס שלה נוזף בה על כך שהיא לא נותנת שירות ידידותי ופוגעת בבנוס של עובדי התחנה; בסופו של דבר היא מרגישה יותר ויותר "פרנואידית", וכמעט נמנעת מלספק שירות ללקוחות גברים, על אף שברור לה שזוהי לא התנהגות "ראויה". התנהגויות הימנעות מתוארות כמנגנון התמודדות שכיח עם התנהגות בלתי הולמת של לקוחות בכלל (Deery, Walsh, & Guest, 2011; Goussinsky, 2012; Reynolds & Harris, 2006) ושל התמודדות עם הטרדות מיניות מצד לקוחות, בפרט (Handy, 2006; Hughes & Tadic, 1998). בניגוד לאסטרטגיית ההתמודדות הראשונה של התעלמות ונירמול הטרדה המינית (dismissing and normalizing the sexual harassment), טקטיקות ההימנעות (avoidance behaviors) אינן מתקבלות בהבנה במקום העבודה. דנה, למשל (שדבריה מובאים לעיל), פוטרה מעבודתה מאחר שהיא נהגה, בעקבות הטרדות המיניות שספגה, להימנע מאינטראקציות עם לקוחות-גברים – התנהגות שנתפסת (אפילו בעיניה) כמפלה וכעילה מוצדקת לפיטורין. באופן דומה, דוברת אחרת סיפרה:

מאז [ההטרדה], ברגע שאני רואה שלקוח מתקרב יותר מידי, אני תמיד לוקחת צעד אחורה ולא מתחברת יותר מידי ללקוחות... צריך שיהיה איזשהו דיסטנס. הבעיה שעם דיסטנס לא מוכרים, ואם אני לא מוכרת אז אני בסוף... כאילו יוצא לי שם רע, אין בונוסים.

משתי הדוגמאות לעיל עולה שכאשר עובדות שירותים שמוטרדות מינית על ידי לקוחות מאמצות את טקטיקות ההימנעות, הן חשופות לסנקציות מצד הארגון, בהן: הפחתת שכר ופיטורין. לא זאת בלבד שהארגון מתנער מהאחריות להטרדות מיניות נפוצות בתחומן, ולא מספק לעובדות הנפגעות תמיכה או סיוע במישור האישי, הוא מטיל על אלה מתוכן שמבקשות להימנע מההטרדות "קנס" נוסף: פגיעה במישור הכלכלי, התעסוקתי, והמקצועי. כפי שטוענות Hughes & Tadic (1998), הטרדות מיניות מצד לקוחות מכניסות את עובדות השירותים למלכודת: או שהן מקבלות אותה כהתנהגות נסבלת, או שהן מתמודדות איתה בדרכים שפוגעות בביצועים ובמעמד התעסוקתי שלהן.

הפסקת עבודה עם לקוחות

הציפיה הארגונית מעובדות השירותים להתייחס בביטול למקרים הרווחים של הטרדות מיניות מצד לקוחות לא תמיד מצליחה. כאשר עובדות חוות את ההטרדות כמצב בלתי נסבל, ומתוך הבנה שאין ברשותן כלים (אישיים או ארגוניים) לשנות את המצב, הן עשויות לעזוב את מקום העבודה, ולפעמים להימנע גם בהמשך מכל תפקיד שכרוך באינטראקציה ישירה עם לקוחות. זוהי אסטרטגיה שהתגלתה במקרים ספורים בלבד בריונות, כנראה בגלל מיעוט הזדמנויות התעסוקה של הנשים שהשתתפו במחקר (נשים צעירות, לא מקצועיות וחסרות ניסיון שמתגוררות באזור פריפריאלי בישראל שבו אפשרויות התעסוקה מועטות). דוגמה לכך ניתן לראות בסיפורה של קסניה:

עובתי אחרי חודש [בעקבות תקרית הטרדה]. לא יכולתי לסבול את זה יותר... הלחץ הרג אותי... לא יכולתי להאמין שזה באמת קרה, ולא יכולתי להאמין שזה ישבור אותי ככה... כמובן שלא קיבלתי את המענק [לחיילים משוחררים העובדים בעיסוקים חיוניים], או המלצה לעבודה הבאה שלי, אבל בשלב זה פשוט לא היה אכפת לי כבר... לא יכולתי להתמודד בשום דרך אחרת אלא לעזוב... אני לא חושבת שאני אי פעם אהיה

מסוגלת לעבוד עם לקוחות גברים בלי לחשוב מה עלול לקרות... העניין הוא שאין הרבה עבודה שלא קשורה באינטראקציה עם לקוחות. (קסניה, בת 22, חדרנית לשעבר) ...פחדתי. הוא היה פושי מאוד... פתאום לקוח דוחף אותי לחדר ההלבשה בכוח. אני חושבת שזה היה הקש האחרון. אני פשוט לא יכולתי לסבול את זה יותר ועזבתי. אני לא עובדת עם לקוחות יותר, אני לא יכולה לסבול את זה... אז כמוכן יש פחות כסף, אין בונסים, אבל מה, יש לי בחירות! (לירון, בת 30, מנהלת חנות לשעבר).

הן קסניה והן לירון מתארות מצוקה רגשית קשה ("החרדה הרגה אותי", "פחדתי") שנגרמה להן בעקבות ההטרדה מצד לקוחות. הן גם מודעות למחיר הגבוה שהן משלמות על עזיבתן את עבודתן. ולמרות זאת, כפי ששתייהן מציינות - "אני פשוט לא יכולתי לסבול את זה יותר". מספר מחקרים הראו כי הטרדה מינית מצד לקוחות ותוקפנות מובילות לשחיקה גבוהה ולתחלופת עובדים גבוהה (Deery, Walsh, & Reynolds & Harris, 2006; Guest, 2011; Goussinsky, 2012).

שינוי התנהגויות אישיות

האסטרטגיה הרביעית, שאני מכנה "שינוי התנהגויות אישיות", כוללת מגוון של "פתרונות" שמרואיינות שונות תיארו כ"מיועדות למנוע הטרדות מראש". התנהגויות אלו יכולות להתבטא בלבוש בצורה צנועה יותר ו / או שמרנית, או אימוץ יחס ענייני ופורמלי מאד, והתכוונות במודע למניעת קירבה והטרדה מינית מצד לקוחות. התיאורים הבאים מייצגים שתי וריאציות נפוצות של אסטרטגיה זו:

שמתי לב שכשאני מתלבשת בצניעות רבה, השיער קשור לאחור, הכפתור העליון מכופתר אפילו בקיץ, בלי חשיפת ידיים או רגליים, כל הדברים האלה... טוב, גברים לא מסתכלים או מתקרבים אלייך ככה, את יודעת, מבחינה מינית. החבר שלי צחק שהוא מתעורר עם אישה סקסית, ואז אני מתלבשת לעבודה ונראית כמו הדודה הזקנה שלי. אני לא מתלבשת ככה בחיים הפרטיים שלי, ומעצבן אותי שאני צריכה להסתתר אבל גיליתי בדרך הקשה שיש לקוחות שזה הדבר היחיד שעוצר אותם (ליאת, בת 28, מזכירת קבלה במרפאה של קופ"ח).

העובדים האחרים קוראים לי "מלכת הקרח" כי אני מטפלת בכל האינטראקציות עם לקוחות גברים... ולמעשה לפעמים גם עם נשים, אבל לא כל כך הרבה... בכל מקרה, אני מתנהגת בצורה פורמלית מאוד. אני לא משוחחת איתם, אני לא מנסה להקסים אותם שיקנו, אני מאד רשמית. אני לא מחפשת לפלרטט כאן... בהחלט לא עם לקוחות, ובטח לא עם לקוחות זכרים! אני חושבת שההתנהגות הזאת שלי היא בהחלט הרתעה טובה נגד הטרדה מינית. אבל אני יכולה להרשות לעצמי לעשות את זה כי יש לי ותק והמנהלים סומכים עלי (גלינה, בת 35, מנהלת משמרת בבית קפה).

בין אם טקטיקות התנהגותיות אלה הן בחירות קוגניטיביות רציונליות, התנהגויות אינטואיטיביות או מנגנוני ניתוק, נראה שהן עוזרות לנשים המשתמשות בהן. הן מגינות עליהן מפני השפעות ההטרדה מינית על ידי הצגת אשליה של שליטה על המצב, ובכך נמנעות חלק מההשפעות הרגשיות השליליות. עם זאת, אמצעים אלה אינם תמיד לרשות העובדים, שכן ארגוני שירות רבים דורשים מדים או הופעה "נשית" (MacKinnon, 1979; Caven, Lawley, & Baker, 2010), ורובם מעודדים התנהגות "ידידותית" כלפי הלקוחות (Hall, 1993, MacKinnon, 1979, Stanko, 1988).

חיפוש תמיכה מעמיתים, מנהלים, בני משפחה וחברים

אסטרטגיית ההתמודדות החמישית היא בקשת תמיכה מעמיתים לעבודה, ממנהלים, מבני משפחה ומחברים. התיאורים הבאים מייצגים אותה:

ידעתי שלחברה יש מדיניות קפדנית נגד הטרדה מינית, ושהבוס שלי לא יכול לסבול את ההתנהגויות המיניות האלה ואת הדיבורים האלה בעבודה, אז הלכתי וסיפרתי לו מה קרה ... לא שיש לו יותר מדי מה לעשות ... אני לא מצפה שהוא יתלה שלט שאומר "הטרדות מיניות וחזירים שוביניסטים לא רצויים כאן" [צוחקת]! אבל הוא הבין, ונתן לי לצאת מוקדם באותו יום, ואני הרגשתי שאני בסדר ... (אירה, 35, עובדת סופרמרקט).

אחרי התקרית הייתי כל כך נסערת, לא יכולתי להפסיק לחשוב על זה. אחת העובדות האחרות לקחה אותי לחדר המנוחה ושאלה אותי מה קרה, אם אני בסדר, וכן הלאה ... אמרתי לה [מה שקרה] ואני חושבת שבכיתי קצת. הרגשתי מושפלת וחסרת אונים ... בכל מקרה, היא חיבקה אותי, ניחמה אותי, בערך כמו אחות גדולה ... היא אמרה לי לקחת את הזמן שלי, לשתות משהו ולא למהר בחזרה, שהם "יכסו" עלי. זה מה שעשיתי: לקחתי קצת זמן, שתיתי קפה, נרגעתי קצת, והרגשתי קצת יותר טוב וחזרתי לעבודה ... סיפרתי לאחרים ביום אחר והם באמת תמכו, וכמה מהם גם חוו מיני הטרדה ולכן הם גרמו לי להרגיש שאני לא לבד. (לירון, בת 25, עובדת במסעדה).

אחרי המשמרת שלנו תמיד אנחנו ככה שותים ביחד קפה. ואז אמרתי לאחרים על הלקוח הזה ואיך הוא נגע בי והציע ... יש לנו תגי שם, כך שלקוחות יודעים את השמות שלנו, אז אמרתי לאחרים שאם הוא יבקש אותי אז אני "לא זמינה", אבל אמרתי להן להיזהר גם! כמה מהאחרים צחקו ועשו בדיחות גסות עליו, והרגשתי הרבה יותר טוב אחר כך ... כאילו זה היה באיזה קומדיה בטלוויזיה זולה או משהו כזה. למדתי על זה מאוחר יותר בקורס מבוא לפסיכולוגיה. אני חושבת שזה נקרא מנגנון ניתוק או משהו ... אבל זה עזר. זה בהחלט עזר לי. (שירה, 25, עובדת מרכז שירות סלולרי וסטודנטית לשירותי אנוש).

מהציטוטים לעיל ניתן ללמוד שהתמיכה שמנהלים ועמיתים-לעבודה מספקים לנשים שהוטרו מניית על ידי לקוחות מוגבלת למחוות אינדיבידואליות "קטנות" וזמניות. למרות רצונו הטוב, כל מה שהמנהל הסובלני ביותר מסוגל להציע לעובדת שהוטרה מניית זה הקלות לא-פורמאליות, למשל יום חופש שמאפשר לעובדת להירגע מעט, לפני שהיא חוזרת לאותה סביבה מטרידה בעבודה. במרבית המקרים, אפילו התמיכה המוגבלת הזו לא מצופה ממנהלים, והם נוטים להתעלם ממקרים מדווחים של הטרדה מינית מצד לקוחות (ראו גם: Good & Cooper, 2006).

באופן דומה, העמיתות-לעבודה מסוגלות לספק לעובדת המוטרת תמיכה רגשית (חיבוק, הבנה, התבדחות על הלקוח או על הסיטואציה) או החלפה קצרה בתפקיד, שתעניק לה הפסקה זמנית מהעבודה כדי להתאושש מההטרדה, או שתמנע מפגש נוסף עם הלקוח המטריד. למרות שמחוות אלה עשויות לסייע במידה לא מבוטלת להתמודדות הרגשית של עובדות עם המקרים של הטרדה מינית, הן חושפות את המחסור במשאבים ארגוניים פורמאליים שיעמדו לרשותן של העובדות מול התנהגויות אלה. יתר על כן, לא מעט מן המרואיינות לא ראו בעמיתיהם או בבוסים שלהם דמויות מהימנות מספיק כדי לבקש תמיכה. במקרים אלה ביקשו המרואיינות תמיכה בחייהן הפרטיים, למשל מבני משפחה, מחברים ומבני זוג, וסיפרו להם על הטרדה. בציטוט הבא, למשל, שיתפה הדוברת את אביה:

אם גבר מרשה לעצמו להעיר לי על חלק מהגוף שלי, זה אוטומטית הופך להטרדה. זה מפריע לי כי זה הגוף שלי והפרטיות שלי ... סיפרתי לאבא שלי האמת ... זה היה קצת מביך ... הוא פשוט פתח את העיניים והיה בהלם לשמוע את זה ... הוא אמר לי איך לא העפתי אותו מהחנות או איך לא עירבתי את אחד המנהלים ... אמרתי לו שבשביל המכירה שתקתי והעדפתי שזה ייגמר ושהוא ילך כבר.

הצורך של עובדות שירותים שהוטרו מניית על ידי לקוחות לחלוק את המקרה עם גורמים שמחוץ למקום העבודה (בני משפחה וחברים) נעוץ בהבנה שהגורמים הרשמיים במקום העבודה לא מציעים סיוע ותמיכה לנשים המוטרו, ושהם מצפים מהעובדות להתעלם ממקרים מהסוג הזה ולא להציף אותם מעל לפני השטח הארגוני. כמו במקרה של התמיכה מגורמים בתוך מקום העבודה (עמיתים ומנהלים), גם גורמים שמחוץ למקום העבודה (חברים ובני משפחה) מספקים לעובדות המוטרו סיוע חלקי ומוגבל, שמטפל בתסמינים של הבעיה ולא במקורותיה, ושמשאיר אותה ללא שינוי.

שמירת ההטרדה המינית בסוד

כאמור, אף על פי שעובדות שירותים שהוטרו מניית על ידי לקוחות עשויות לפנות למעגלים חברתיים ומשפחתיים קרובים כדי לקבל תמיכה, חלקן חשות חוסר נוחות, מבוכה, ובושה בחשיפה של מקרים אלה, גם בפני הקרובים להן ביותר, ובעיקר בפני האבות שלהן. תחושות אלה מאפיינות בעיקר נשים מרקע מסורתי (ערביות ויהודיות-דתיות), כנראה בגלל החשש שאם יחשפו את דבר ההטרדה, יוטל "כתם" על המשפחה שלהן (Cortina & Wasti, 2005) או יופעלו עליהן לחצים משפחתיים לעזוב את מקום העבודה, כך שהן תיאלצנה לוותר על הכנסתן ועל עצמאותן הכלכלית. כפי שאמרה הודיה, עובדת שירותים ממשפחה יהודית-דתית: "המשפחה שלי לא רצתה שאהיה במגע יומיומי עם אנשים לא דתיים, ובעיקר לא עם גברים לא צנועים. איך יכולתי לספר להם?" מכאן שהבושה, המבוכה, והחששות שמעוררת ההטרדה המינית בקרב עובדות השירותים עשויים להוביל להסתרה מוחלטת של המקרים האלה. כך למשל סיפרה אחת המרואיינות:

לא סיפרתי לאף אחד על המקרה בגלל שלפעמים את יודעת שאם את רוצה להמשיך לעבוד בתחום הזה, אם תשתפי כל דבר, זה לא ישנה את העולם. העיסוק שלך בעולם הזה דורש ממך לשמור לפעמים דברים לעצמך, כי אם תשתפי זה לא יתרום כלום חוץ מדאגה נוספת ולחץ מהמשפחה ומהחברים. ברור שכשאת צריכה לשתוק גם בעבודה וגם מול חברים זה מקשה מאד לעבור הלאה. כל הזמן אני "טוחנת" לעצמי בראש עם זה.

דברים אלה מדגימים את חוסר האונים של נשים שהוטרו מניית על ידי לקוחות. אי-ההכרה של הארגון בהטרדות מהסוג הזה ובפגיעות האישיות שהן יוצרות מתורגמת לתפיסה בקרב העובדות שלפיה עליהן "לעבור הלאה", להתעלם מההטרדה כאילו לא קרתה כלל; או, כפי שאמרה אחת המרואיינות: "זה פאדיחה נוראית; אני מנסה לא לחשוב על זה..."

במקרים האלה, ההשתקה הארגונית והחברתית של התופעה מתורגמת להשתקה עצמית. דרך התמודדות זו, היא ביטוי הקצה של המבוי הסתום, חוסר האונים שאליו נקלעות עובדות שירותים שמוטרדות מניית על ידי לקוחות. במובן הזה, שמירת ההטרדה בסוד מוחלט מצטרפת לשלל אסטרטגיות ההתמודדות עם ההטרדות מצד לקוחות, שמוגבלות לתחום הפרטי והסמוי, בכפוף להיטמעות של התופעה בתרבות הארגונית של חברות השירותים.

דין

במאמר זה, ביקשתי להראות שלמרות שהטרדות מיניות מצד לקוחות מייצגות תופעה רווחת ומוכרת בענפי השירותים, מקומות העבודה נוטים להתעלם מהן ואף להשתיק אותן, ובכך הם מותירים את הנשים שנפגעות מההטרדה (עובדות בארגוני שירותים מסוגים שונים) עם אסטרטגיות התמודדות מוגבלות שמתכנסות למישור האינדיבידואלי והסמוי, ושבואי אינן תורמות לשינוי של המצב הקיים ברמה הארגונית.

הסברים אפשריים לחוסר העניין ולחוסר מדיניות להתמודדות עם הטרדה מינית מצד לקוחות ניתן למצוא בשני מאפיינים מובנים של ארגוני שירות: ראשית, הגישה הבסיסית ש"הלקוח צודק תמיד" וכי "הלקוח חייב להיות מרוצה בכל מחיר" (Lopez 2010; Wasti et al., 2000; Lu-Ming, 2013). גישה זו מודגשת ומקודמת על ידי ארגוני השירות, ומעניקה לגיטימציה ואף מגבירה את כוחם של הלקוחות על פני

נותנות השירות הישיר, שלהן סטטוס נמוך בארגון. ההסבר השני טמון באופיו של שוק העבודה ובעובדה שבשל שכר נמוך, מיומנויות נדרשות נמוכות, והתדמית הנמוכה והמגדרית של עבודת השירות, רוב עובדי השירות הישיר הן למעשה נשים צעירות וחסרות ניסיון, ו/או המשתייכות לעתים קרובות לקבוצות מיעוט מוחלטות (Berdahl, 2007; Lucas, 1995; Purcell, 1993; Cortina & Wasti, 2005; Belanger & Edwards, 2013). מצא כי נתונים דמוגרפיים אלה קשורים לרמות גבוהות מאוד של הטרדה מינית בעבודה.

לאור התיאוריה של Berdahl (2007) העוסקת בהטרדות מיניות באופן כללי, ניתן להסביר את ההטרדה המינית מצד לקוחות כמושפעת מגורמים קונטקסטואליים שונים. גורמים אלה כוללים את ההיררכיה המגדרית הכללית, הממקמת נשים מקבוצות מיעוט, בעיקר צעירות בלתי מיומנות, בתחתית הסולם החברתי, וכן בתחתית ההיררכיה בשוק העבודה. זאת לצד ההקשר הייחודי של ארגוני השירות הוותיקים גם את המיניות של עובדות השירות ומבנה את זהותן המינית כמרכיב בלתי נפרד מעבודתן (Brunner & Dever, 2014). זהות זו כוללת יצירת אורה של יחסים אישיים, ופלירטטים עם הלקוחות (Hall, 1993).

הגורמים ההקשריים שמשפיעים על ההטרדות המיניות מצד לקוחות חושפים את האופנים שבאמצעותם ארגוני השירותים לא רק מתעלמים מהתנהגויות אלה, אלא אף מעודדים אותן הלכה למעשה, ובכך מגבילים את אפשרויות ההתמודדות של עובדות השירותים עם ההטרדות מצד לקוחות, במיוחד בהשוואה להטרדות מיניות מצד מנהלים-קולגות בארגון. מכאן שההטרדות המיניות מצד לקוחות מייצגות תופעה מושתקת במישור הארגוני והחברתי, שגם עובדות השירותים שנפגעות מהן נוטות לבטל או לנרמל, בהיעדר אפיקים אחרים של התמודדות במישור הארגוני, ומתוך חשש להיפגע במישור התעסוקתי, במידה ויבקשו להימנע מההטרדה או שיגיבו אליה באסרטיביות.

יש לזכור שהמחקר הנוכחי כולו נערך בצפון הארץ, אזור שבו אפשרויות התעסוקה הן מועטות יחסית והאוכלוסייה ענייה יחסית. בכך אפשרויות ההתמודדות של נשים הנזקקות לפרנסה נשארות ברמה האישית בלבד. כמו כן חשוב להזכיר שהחוק למניעת הטרדה מינית במקום העבודה גם הוא מוגבל ואיננו מציע עזרה למקרים אלו.

כפי שהוצע על ידי Gettman & Gelfand (2007), בתחום השירותים, הטרדה מינית מצד לקוחות מתקבלת לעתים קרובות כחלק מהתפקיד, והקורבנות מכוונות ומצופות להתעלם מממנה ולהכחיש את השפעתה על רווחתן. במילים אחרות, הנרטיבים הגדולים של ארגוני השירות משמשים כמנגנוני השתקה לחיסול נרטיבים נגדיים של התנגדות ומחאה. בנסיבות אלה, סיפוריהן האישיים של עובדות השירותים סביב החוויות של הטרדה מינית מצד לקוחות, כפי שהם מוצגים במאמר זה, מקדמים את רעיון ה *tellability* (Baroni 2013), של סיפורים מושתקים שראוי לספר ולהציף מעל לפני השטח, סיפורים שחושפים את המשמעות המשפילה והפוגענית של התנהגויות שנתפסות כנורמאליות או כחסרות משמעות.

כאשר נרטיב - קצר ושגרתי ככל שיהיה - הוא בעל משמעות מספקת למספר שלו ולמאזינים, יש לו פוטנציאל להוביל לשינוי. כפי שציין Fairclough (1989), היחסים בין השיח לבין המבנים החברתיים אינם יחסים חד-כיווניים: כשם שהשיח מושפע על ידי מבנים חברתיים, כך גם הוא משפיע עליהם, ותורם להמשכיותם או לשינוי שלהם. יש יחסי כוח ומאבקי כוח מאחורי כל נרטיב ארגוני. לכן אני חשה חובה להביא את הנרטיבים הקצרים האלו שמושתקים בשגרת ארגוני השירות אל אור היום, ולשקול אותם כחלק מהצעד הראשון שנדרש לשחרור מהטרדות מיניות מצד לקוחות.

אשר לצעד הבא, יש לציין כי מחקרים שונים הראו שהטרדה מינית מצד לקוחות מצטמצמת רק כאשר הארגון מכיר בתופעה ועושה מאמץ ברור וגלוי כדי לאמץ וליישם אפס סובלנות כלפיה (Willness, Still, 2007). אני מאמינה שזהו הכיוון שארגוני השירות והחברה כאחד צריכים לאמץ. אני מזמינה את קוראי המאמר ואת החוקרים להמשיך ללמוד ולהכיר בתופעה של הטרדה מינית מצד הלקוח, ולראות את הפגיעה והכאב המושתקים שהיא מטילה על קורבנותיה, בנוסף על גרימת שחיקה בכוח העבודה בשירותים וזיהום סביבת העבודה שהיא מייצרת.

רשימת מקורות

- בנימין, א. (2014). רוח הפעולה הנשית המשותפת בדיון באתיקה במחקר ראיונות פמיניסטי ישראלי. בתוך מ. קרומר-נבו, מ. לביא-אגיא וד. הקר (עורכות). *מתודולוגיות מחקר פמיניסטיות*. (עמ' 134-151). ת"א: הוצ' הקיבוץ המאוחד.
- החוק למניעת הטרדה מינית תשנ"ח – 1998. נלקח מ https://www.nevo.co.il/law_html/Law01/245_001.htm
- וילמובסקי, ע. (2010). *אלימות בדייטינג בישראל – מבט פמיניסטי*. חיבור לשם קבלת תואר דוקטור לפילוסופיה, האוני' העברית בירושלים.
- שקדי, א. (2003). *מילים שמנסות לגעת*. תל אביב: הוצ' רמות.
- Adkins, L. (1995). *Gendered work: Sexuality, family, and the labor market*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Baroni, R. (2013). "Tellability". In: Hühn, P. et al. (eds.). *The living handbook of narratology*. (Pp. 447-453). Hamburg: Hamburg University Press.
- Belanger, J. & Edwards, P. (2013). The nature of front-line service work: Distinctive features and continuity in the employment relationship. *Work, Employment, & Society, 27*, 433-450.
- Berdahl, J. L. (2007). Harassment based on sex: Protecting social status in the context of gender hierarchy. *Academy of Management Review, 32*, 641-658.
- Bishop, V. & Hoel, H. (2008). The customer is always right? Exploring the concept of customer bullying in the British Employment Service. *Journal of Consumer Culture, 8*, 341-367.
- Brunner, L. & Dever, M. (2014). Work, bodies, and boundaries: Talking sexual harassment in the new economy. *Gender, Work, & Organization, 21 (5)*, 459-471.
- Caven, V.; Lawley, S., & Baker, J. (2013). Performance, gender, and sexualized work: Beyond management control, beyond legislation? A case study of work in a recruitment company. *Equality, Diversity, and Inclusion: An International Journal, 32 (5)*, 475-490.
- Cortina, L. M. & Wasti, S. A. (2005). Profiles in coping: Responses to sexual harassment across persons, organizations, and cultures. *Journal of Applied Psychology, 90 (1)*, 182-192.
- Deery, S., Walsh, J. & Guest, D. (2011). Workplace aggression: The effects of harassment on job burnout and turnover intentions. *Work, Employment, & Society, 25 (4)*, 742-759.
- Du Gay, P. & Salaman, G. (1992). The cult[ure] of the customer. *Journal of Management Studies, 29 (5)*, 615-633.
- Fairclough, N. (1989). *Language and Power*. New York: Longman, Inc.
- Fine, L. M., Shepherd, C. D., & Josephs, S. L. (1994). Sexual harassment in the sales force: The customer is NOT always right. *Journal of Personal Selling & Sales Management, 14 (4)*, 15-30.
- Folgero, I. S. & Fjeldstad, H. I. (1995). On duty – off guard: Cultural norms and sexual harassment in service organizations. *Organization Studies, 16 (2)*, 299-313.
- Gettman, H. & Gelfand, M. J. (2007). When the customer shouldn't be king: Antecedents and consequences of sexual harassment by clients and customers. *Journal of Applied Psychology, 92 (3)*, 757-770.

- Gilbert, D., Guerrier, Y., & Gay, J. (1998). Sexual harassment issues in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10 (2), 48-53.
- Glaser, E.G., (1978), *Advances in the Methodology of Grounded Theory: Theoretical Sensitivity*. Mill Valley, CA: Sociology press.
- Good, L. & Cooper, R. (2014). Voicing their complaints? The silence of students working in retail and hospitality. *Labour and Industry*, 24 (4), 302-316.
- Good, L & Cooper, R. (2016). But it's your job to be friendly': Employees coping with and contesting sexual harassment from customers in the service sector. *Gender, Work, and Organization*, 23 (5), 447-469.
- Goussinsky, R. (2012). Coping with customer aggression. *Journal of Service Management*, 23 (2), 170-196.
- Grandey, A. A. Kern, J. H., & Frone, M. R. (2007). Verbal abuse from outsiders versus insiders: Comparing frequency, impact on emotional exhaustion, and the role of emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12 (1), 63-79.
- Guerrier, Y. & Adib, A. S. (2000). 'No, We Don't Provide That Service': The Harassment of Hotel Employees by Customers. *Work, Employment, and Society*, 14 (4), 689-705.
- Hall, E. (1993). Smiling, deferring, and flirting: Doing gender by giving 'good service'. *Work and Occupations*, 20 (4), 452-471.
- Handy, J. (2006). Sexual harassment in small-town New Zealand: A qualitative study of three contrasting organizations. *Gender, Work, and Organization*, 13 (1), 1-24.
- Harding, S. (1987). *Is there a Feminist Method?* Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Hoobler, J. M. & Swanberg, J. (2006). The enemy is not us: Unexpected workplace violence trends. *Public Personnel Management*, 35(3), 229-246.
- Hughes, K. D. & Tadic, V. (1998). Something to deal with: customer sexual harassment and women's retail service work in Canada. *Gender, Work, & Organization*, 5(4), 207-19.
- Kensbock S.; Bailey, J., & Jennings, G. (2015). Sexual harassment of women working as room attendants within 5-star hotels. *Gender, Work, and Organization*, 22 (1), 36-50.
- Korczynski, M. (2009). The mystery customer: Continuing absences in the sociology of service work. *Sociology*, 43, 952-967.
- Korczynski, M. & Evans, C. (2013). Customer abuse to service workers: An analysis of its creation within the service economy. *Work, Employment, and Society*, 27 (5), 768-784.
- Liu, X., Kwan, H., & Chiu, R. (2014). Customer sexual harassment and frontline employees' service performance in China. *Human Relations*, 67 (3), 333-356.
- Lopez, S. H. (2010). Workers, managers, and customers: Triangles of power in work communities. *Work and Occupations*, 37 (3), 251-271.
- Lucas, R. (1995). *Managing employee relations in the hotel and catering industry*. London: Cassell.
- Lu-Ming, T. (2013). Customer first and customer sexual harassment: Some evidence from the Taiwan life insurance industry. *Gender, Work, and Organization*, 20 (6), 692-708.
- MacKinnon, C. (1979). *Sexual harassment of working women*. New Haven, CT: Yale University Press.

- Offerman, L. & Malamut, A. (2002). When leaders harass: The impact of target perceptions of organizational leadership and climate on harassment reporting and outcome. *Journal of Applied Psychology, 87*, 885-893.
- Pettinger, L. (2005). Gendered work meets gendered goods: Selling and service in clothing retail. *Gender, Work, & Organization, 12 (5)*, 460-478.
- Poulston, J. (2008). Metamorphosis in hospitality: A tradition of sexual harassment. *International Journal of Hospitality Management, 27 (2)*, 232-240.
- Purcell, K. (1993). Equal opportunities in the hospitality industry: Custom and credentials. *International Journal of Hospitality Management, 12 (2)*, 127-140.
- Ream, S. L. (2000). When service with a smile invites more than satisfied customers: Third-party sexual harassment and the implications of charges against Safeway. *Hastings Women's Law Journal, 11 (2)*, 107-122.
- Reinharz, S. (1992). *Feminist methods in social research*. New York: Oxford University Press.
- Reynolds, K. L. & Harris, L. C. (2006). Deviant customer behavior: An exploration of frontline employee tactics. *Journal of Marketing Theory and Practice, 14 (2)*, 95-111.
- Sloan, M. M. (2011). Unfair treatment in the workplace and worker well-being: The role of coworker support in a service work environment. *Work and Occupation (online)*, 1-32. doi: 10.1177/0730888411406555.
- Stanko, E. A. (1988). Keeping women in and out of line: Sexual harassment and occupational segregation". In S. Walby (ed.), *Gender Segregation at Work*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- The Merriam-Webster Unabridged Dictionary (2013). "Sexual Harassment". <http://www.merriam-webster.com/dictionary/sexualHarassment>.
- Warhurst, C. & Nickson, D. (2009). 'Who's got the look?' Emotional, aesthetic, and sexualized labour in interactive services. *Gender, Work, & Organization, 16 (3)*, 385-404.
- Wasti, S. A.; Bergman, M. E., Glomb, T. M., & Drasgow, F. (2000). Test of the cross-cultural generalizability of a model of sexual harassment. *Journal of Applied Psychology, 85(5)*, 766-778.
- Willness, C. R.; Steel, P., & Lee, K. (2007). A meta-analysis of the antecedents and consequences of workplace sexual harassment. *Personnel Psychology, 60 (1)*, 127-162.
- Yagil, D. (2008). When the customer is wrong: A review of research on aggression and sexual encounters. *Aggression and Violent Behavior, 13 (2)*, 141-152.
- Yassour-Borochowitz, D. (2004). Reflections on the researcher-participant relationship and the ethics of dialogue. *Ethics & Behavior, 14(2)*, 175-186.