

أداء العمل :

التمثيلات الجسدية في البنوك التجارية

من مجلة البيئة والتخطيط : المجتمع والفضاء 12 (1994): 727-750

ليندا ماكديول و جيل كورت

ترجمة بتصرف

أ.د. مضر خليل عمر

مقدمة المحررين

في الجزء الأول ، تعرّفنا على نهج آلان لاثام للثقافة كنوع من الممارسة المتجسدة ، أو "الأداء" ، على عكس "شبكة المعنى" التي اقترحها كليفورد غيرتز . في حين جادل غيرتز بأن الناس يفسرون معنى عالمهم سيميائياً - أي من خلال العلامات والرموز - أشار عمل لاثام إلى أن المعنى ينشأ لدى الكثيرين بطرق لا تنطوي بالضرورة على تأمل واعٍ . قد يستمد الناس المعنى من حركاتهم وحواسهم ولقاءاتهم المتجسدة أكثر من خلق وتفسير الرموز من حولهم . أصبحت استعارة الأداء طريقة شائعة لإعادة التفكير في الثقافة وفقاً لنهج ثقافي أقل توجهاً معرفياً . على سبيل المثال ، يستخدم جورج يوديس فكرة "الأداء" لتجسيد نهج أكثر فعالية وفعالية للثقافة . وبالمثل ، تستعين ليندا ماكديول وجيل كورت باستعارة الأداء لاقتراح طريقة لفهم ثقافة الخدمات المصرفية التجارية تركز على الممارسات المتجسدة للمصرفيين . كما يهتمان بكيفية انعكاس وتأثر تمثيلات هذه الممارسات المتجسدة في وسائل الإعلام بالمفاهيم السائدة للذكورة والأنوثة . بدورها ، توفر هذه المفاهيم النماذج التي تتوافق معها أو تتحرف عنها "الأداءات" الفردية للذكورة والأنوثة .

تُستمد فكرة الأداء هذه بشكل أساسي من عمل جوديث بتلر، التي وُضِعَ نهجها بوضوح تام في كتاب "مشكلة النوع الاجتماعي" (1990) ، والذي يُثري أيضاً نهج يوديس . تُجادل بتلر بأنه "لا ينبغي بناء الجندر كهوية مستقرة أو موضع فاعلية تتبع منه أفعال مختلفة ؛ بل إن الجندر هو هوية مُشكّلة بشكل هش في الزمن ، مُؤسّسة في فضاء خارجي من خلال تكرار مُنمّط للأفعال" . وبالتالي ، إذا كان الجندر مُشكّلاً بأدائه المُتكرر ، وليس بأي صفة فطرية ، فإنه يخضع أيضاً لأداءات لا تُكرّر المعايير ، أو "النماذج" ، بإخلاص . وبهذه الطريقة ، تتجاوز بعض الأجساد معايير الذكورة أو الأنوثة ، ومع مرور الوقت ، تكون هذه المعايير أيضاً عرضة للتغيير .

ينصبُّ تركيز ماكديول وكورت على التجسيد والتمثيل الجسدي . إلى جانب باحثين مثل جيل فالنتاين ، وبيتر جاكسون ، وروبين لونجهيرست ، وديفيد بيل ، كان ماكديول وكورت من أوائل الجغرافيين الذين أخذوا الجسد على محمل الجد كعنصرٍ أساسيٍّ في الثقافة . إلا أنهما لاحظتا أن معظم هذه الأعمال تُركز على الأجساد التي تتجاوز المعايير ، بدلاً من الأجساد "الجادة" التي ترتدي البدلات في العمل . تميل هذه الأجساد إلى أن تكون "غير مرئية" لأنها "طبيعية" فحسب . ومع ذلك ، يُشير بحث ماكديول وكورت إلى أن الأجساد "الجادة" للمصرفيين التجاريين لها أبعادها الأدائية المميزة .

بينما تكشف هذه المقالة عن الطرق التي يمكن أن يُثري بها النهج النسوي للأداء جغرافيات العمل ، فإنها تُمثل أيضاً تقاطعاً مُثمرًا بين الجغرافيات الثقافية والاقتصادية . يمكن عد "التحول الثقافي" في الجغرافيا الاقتصادية مكوناً من خطي بحث مترابطين . من ناحية ، نرى تركيزاً على الأهمية المتزايدة للاقتصاد الرمزي الذي تتزايد فيه أهمية الصور والمعاني والتجارب في سلاسل القيمة الاقتصادية . من ناحية أخرى ، نرى تفسيرات جديدة للأنشطة الاقتصادية تُركز على خصائصها الخطابية والرمزية ، و (في حالة ماكديول

وكورت) المتجسدة . وهكذا ، وتكرارًا للحجة التي طرحها أيضًا بيتر جاكسون ، لا ينبغي أن تُمثل الثقافة والاقتصاد فنتين مُتعارضتين من الحياة الاجتماعية . بدلاً من ذلك ، وكما يُظهر ماكديول وكورت ، فإن للأنشطة الاقتصادية بُعدًا ثقافيًا عميقًا ، ويمكن أن تخضع لنوع التحليل الثقافي نفسه الذي كان يُنظر إليه تقليديًا فقط في قرية نائية بين "السكان الأصليين التقليديين" .

ليندا ماكديول ، أستاذة الجغرافيا البشرية في كلية سانت جون بجامعة أكسفورد ، كانت في طبيعة الجغرافيات النسوية للتغيير الاجتماعي والاقتصادي المعاصر. إلى جانب العديد من المقالات الصحفية ، ألّفت أو حرّرت العديد من الكتب ، بما في ذلك "ثقافة العاصمة" (1997) ، و"الجنر والهوية والمكان" (1999) ، و"الذكورة الزائدة عن الحاجة ؟ تغير التوظيف وشباب الطبقة العاملة البيضاء" (2003) . يتناول كتاب "العمل الشاق" (2005) حياة العاملات المهاجرات الأوروبيات في بريطانيا بعد الحرب . يتزايد حاليًا العمل في مجال جغرافية الثقافة حول أداء الثقافة وممارستها ، بما في ذلك إصداران خاصان من مجلة "البيئة والتخطيط : المجتمع والفضاء" 18: 4-5 (2000) .

كتب نايجل ثريفت العديد من المقالات حول هذا الموضوع ، مثل "النقطة الثابتة" في كتاب "جغرافيات المقاومة" ، الذي حرره بايل وكيث (1997) ، و"الخاتمة" في مجلة "البيئة والتخطيط : المجتمع والفضاء" 18: 2 (2000) . يمكن الاطلاع على وجهات نظر إضافية في مقال جيليان روز "مساحة الأداء" في مجلة الجغرافيا البشرية اليوم ، الذي حرره ماسي وألين وسار (1999) ، ومقال كاثرين ناش "الأداء في الممارسة : بعض الأعمال الحديثة في جغرافية الثقافة" في مجلة التقدم في الجغرافيا البشرية 24 (2000) ، ومقال جون ماي "لمحة من شيء غريب : الجغرافيات الخيالية لجغرافية الحياة اليومية" في مجلة الجغرافيا 81 (1996) . تشمل الأبحاث التي تركز على ثقافة وأداء العمل مقال كريس جيبسون "الثقافات في العمل" في مجلة الجغرافيا الاجتماعية والثقافية 4 ، 2 (2003) ، ومقال فيل كرانج "حان وقت العرض !" حول جغرافيات العرض في مكان العمل في مطعم في جنوب شرق إنجلترا" في مجلة البيئة والتخطيط : المجتمع والفضاء 12 (1994) .

مقدمة

للعمل ، على عكس السلع الأخرى ، تجسيدٌ إنسانيٌّ لا يُمكن إنكاره طويلاً . (ديفيد سميث ، مدينة الفصل العنصري وما بعدها 1992 ، الصفحات 6-7) ... يُمكن القول إن الرجال لا يملكون أي أجساد على الإطلاق . انظروا إلى المجلات ! مجلات النساء تحمل أجساد النساء على أغلفتها ، ومجلات الرجال تحمل أجساد النساء على أغلفتها . عندما يظهر الرجال على أغلفة المجلات ، فهي مجلاتٌ عن المال ، أو أخبار العالم . غزوات ، إطلاق صواريخ ، انقلابات سياسية ، أسعار فائدة ، انتخابات ، إنجازات طبية ، واقع لا ترفيه . مثل هذه المجلات لا تُظهر سوى الرؤوس ، الرؤوس الجامدة ، الرؤوس المتحدثة ، رؤوس صنع القرار ، وربما لمحةً سريعة ، ومضةً خجولةً من بدلة . كيف نعرف أن هناك جسدًا ، تحت كل تلك الخياطة المخططة الدقيقة ؟ نحن لا نفعل ، وربما لا يوجد . ما الذي يدفعنا هذا إلى افتراضه ؟ أن النساء أجساد متصلة برؤوس ، وأن الرجال رؤوس متصلة بأجساد ؟ أم لا ، حسب الظروف ؟ (مارغريت أتوود ، عظام جيدة ، 1992 ، الصفحات 80-81) . وعلاوة على ذلك ، مهما فعل الدماغ عندما تكون المهن مفتوحة له ، يبقى الجسد؟ (فيرجينيا وولف ، ثلاث غينيس ، 1977 ، الصفحة 10) .

في هذه الورقة ، تُفحص نتائج هذه التصريحات - حجة سميث بأن جميع العمال متجسدون ، واعتراف أتوود و وولف بأن التجسيد يختلف باختلاف الجنس - لفهم الطرق التي تختلف بها تجارب النساء كعاملات بأجر عن تلك التي لدى الرجال . تستند حجتنا إلى عمل تجريبي في عالم التمويل الراقي - عالم بالغ الجدية ، على الأقل للوهلة الأولى ، حيث تُعدّ البدلات المخططة غير المجسدة الجهات الفاعلة الرئيسية . مصادرها الرئيسية من نوعين مختلفين : أولاً ، صور المصرفيين التي تُنقل عبر الوسائط المطبوعة ، وخاصة الصفحات المالية لصحف واسعة النطاق ، وأيضًا من خلال المواد الدعائية التي تُنتجها البنوك التجارية ، وثانيًا ، صور الذات والطرق التي تُبنى بها كجزء من العلاقات الاجتماعية اليومية بين الزملاء وبين المصرفيين والعملاء . هذا المصدر الثاني مُستمد من مقابلات مُفصلة مع رجال ونساء مصرفيين تجاريين يعملون حاليًا في مدينة لندن .

الهدف هو تقديم قراءة اجتماعية ثقافية للممارسات الاقتصادية من أجل القيام ، كما اقترحت [إريكا] شوينبرجر مؤخرًا في مؤتمر AAG في أتلانتا ، 1993 ، "ببداية صغيرة وجزئية لفك تشابك التعقيدات الناشئة عن حقيقة أن الشركات تُدار من قبل أشخاص حقيقيين" . وكما تُجادل ، "لفهم استراتيجيات الشركات ، نحتاج إلى فهم شيء ما عن استراتيجيات الشركات" ، وكما نجادل هنا ، لفهم فعالية السياسات في تعزيز المساواة في مكان العمل ، نحتاج إلى معرفة كيفية ارتباط العمال ببعضهم البعض . على الرغم من أن التحليلات الإثنوغرافية للمؤسسات الاقتصادية ليست شائعة بعد ، على الأقل في الأدبيات الجغرافية ، فقد دعا عدد من الجغرافيين مؤخرًا إلى إجراء تحليلات اجتماعية للمؤسسات الاقتصادية .

على الرغم من أن الهدف الأولي للبحث الذي استُوحى منه هذا البحث كان إجراء دراسة إثنوغرافية شاملة ، ومراقبة ، إن لم يكن المشاركة الفعلية ، في العلاقات الاجتماعية اليومية ضمن نطاق الأقسام التي تُشكل البنوك التجارية ، إلا أن مسائل الحساسية والسرية حالت دون إتاحة الوصول المفتوح . في حال إجراء مجموعة من المقابلات ، أحيانًا في مكتب المشارك أو مكان عمله ، ولكن غالبًا في مساحة أكثر حيادية كقاعة اجتماعات . ومع ذلك ، فقد كشفت المقابلات المطولة عن تفاصيل ثرية حول الممارسات الاجتماعية داخل البنوك . مع ذلك ، فإن الممارسات الاجتماعية المادية مشبعة بعمق بمجموعة من المعاني الثقافية والرمزية ، وتُمارس في سياقها .

إن عالم الخدمات المصرفية التجارية وتكوين الجهات الفاعلة الاجتماعية الرئيسية في المدينة مشبع بالدلالة الرمزية . يُوازي العالم "القديم" لمدينة لندن ، ببيتها العمرانية المميزة التي تعكس توسع القرن التاسع عشر ، صورًا مصرفية خاصة بطبقات وجنسين - عالم البيض والذكور والبرجوازي في المدارس العامة ، والجامعات النخبوية ، والنوادي الذكورية . وتُقارن هذه الصور بصور معاصرة للأموال "السريعة" والمشغلين البارعين في المدينة الجديدة التنافس والمتحررة من القيود ، والممثلة في أفلام مثل "ول ستريت" أو المسلسل التلفزيوني البريطاني "كابيتال سيتي" . لا تؤثر هذه الصور على المخيلة الشعبية وتمثيلات المدينة فحسب ، بل تؤثر أيضًا على الممارسات الاجتماعية ، من التوظيف إلى العلاقات مع العملاء . وهذه هي العلاقة التي نتناولها في هذه الورقة . في محاولة لتفكيك التمييز بين "الصورة" و"الواقع" ، نستمد أفكارًا من النظرية الاجتماعية ، ومن التفاعلات الإنتاجية الحديثة بين النظريات النسوية والتفكيك على وجه الخصوص ، حيث تُشكّل الأشياء والممارسات الاجتماعية اليومية ، ويمكن قراءتها كنصوص أو سرديات .

هدفنا هو تطوير ما أسماه جيم [في كتابه "تفكيك المجتمع : نحو علم اجتماع تفكيكي" ، 1991] "السيمانيات المادية" ، أي فهم المعنى بوصفه زمنيًا ومتجسدًا . وكما يجادل جيم ، "فإن هذا النهج للمعنى يكسر التمييز بين التمثيل والواقع ، والنص والسياق ، والنظرية والممارسة" . إن فكرة أن الواقع خيالي ، أو أن الخيالي حقيقي ، ليست مفهومًا شائعًا بعد في الجغرافيا الاقتصادية ، حيث مالت المناهج النسوية وغيرها

من المناهج "النقدية" إلى البقاء ضمن القيود الخطابية والنظرية للموضوع السائد . في المقابل ، فإن العمل الأخير للمنظرات النسويات في العديد من التخصصات ، وفي بعض المجالات الفرعية للجغرافيا ، قد استُثير بشكل غني بمنظورات متعددة التخصصات . بالاعتماد على النظريات الأدبية والثقافية والسينمائية ، وعلى التطورات في الفلسفة الفرنسية ، طرح الباحثون أسئلة حول معنى الممارسات الاجتماعية وتمثيلها . في المقابل ، بالنسبة لمعظم الجغرافيين الاقتصاديين ، مثل علماء الاجتماع الذين يتناولهم جيم ، فإن موضوعهم هو "الحقائق - الواقع الاجتماعي ، والتجريبي - والنظرية ، والتوافق بينهما..."

تُفهم الممارسة على أنها تمثيل للواقع . ومع ذلك ، في مجالات التخصص الجغرافي الأكثر تأثراً بالعلوم الإنسانية والنسويات الحديثة ، في دراسات المظاهر الطبيعية التي أجراها جغرافيو الثقافة ، على سبيل المثال ، أصبحت قراءة المظاهر الطبيعية كنص نهجاً مقبولاً . ومع ذلك ، فإن الطرق التي يترابط بها التمثيل والمعاني والممارسة في المؤسسات الاقتصادية لم تُستكشف هذه المواضيع بالتفصيل ، على الرغم من أن [تايجل] ثريفت قد طرح مؤخراً حُجةً لتحليل أسواق المال بشكل عام ، ومدينة لندن بشكل خاص "كمؤسسات مبنية اجتماعياً ، والتعامل مع المال كشأن اجتماعي وثقافي" . هنا ، نستكشف صلةً مُحددة بين التمثيل والممارسة الاجتماعية من منظور النوع الاجتماعي ، مُبينين كيف يرتبط المعنى والسلوكيات الاجتماعية اليومية في البنوك التجارية . ونُجادل بأن موضوعات مثل الرغبة ، والذاتية ، والجسد ، والتي قد تبدو غير مألوفة للجغرافيين الاقتصاديين ، تُشكل جزءاً مهماً من فهم الطرق التي تعمل بها المؤسسات الاقتصادية .

سرديات السلطة : قراءة أجساد المدينة

خلال العقدين الماضيين تقريباً ، وبلغت ذروتها في منتصف إلى أواخر الثمانينيات ، حدث تحول ملحوظ في تمثيل عالم المال ، وخاصةً مدينة لندن . لقد أصبح عالمٌ كان في غاية الجدية والغموض ، موضوعاً للروايات والمسرحيات والأفلام ، وموضوعاً للإعلانات ، ومحوراً لاهتمام الصحافة ، يتراوح بين الثناء والنقد اللاذع ، مع ازدياد شيوع الفضائح المالية ، أو على الأقل بروزها . ويوازي هذا التركيز على التمثيلات الخيالية تحولات في طبيعة "الواقع الاقتصادي" ، حيث أصبحت السلع التي يتم التعامل معها في العالم المالي الجديد كيانات خيالية بشكل متزايد : تداول العقود الآجلة (في السلع التي لم توجد بعد) والسندات غير المرغوب فيها ، على سبيل المثال ، والأرباح غير المرئية ، وهو ما يُسمى بالانتمان ، والذي ، كما تُشير غريس ، هو في الواقع دين ["الأعمال ، المتعة ، السرد : الحكاية الشعبية في عصرنا" ، في كتاب "الخرائط : ما بعد البنيوية ورسم خرائط الأجسام والفضاءات" ، 1991].

على الرغم من أن المدينة تعاملت طويلاً مع أشكال مختلفة من هذه السلع ، إلا أن عنصر الخيال يبدو أنه ازداد في السنوات الأخيرة مع هيمنة الخسائر والمكاسب الفادحة . على سبيل المثال ، في عام ١٩٩٣ ، "بددت" الحكومة البريطانية ملايين الدولارات من الاحتياطات في محاولة لدعم الجنيه الإسترليني ، في الوقت نفسه الذي حقق فيه الممول والمضارب والمحسن جورج سوروس ملايين الدولارات من خلال صفقات عملة بارعة . وكما تشير غريس ، "من الواضح إذن أن عالمًا من الخيال العالي يمكن ملاحظته ، أشبه بمسلسل يومي . أكدت روبرتس مؤخراً هذا في عملها الأخير حول التدفقات المالية الخارجية ، حيث لا يُوصف المال فحسب بأنه وهمي ، بل والفضاء أيضاً ["رأس مال وهمي ، فضاءات وهمية : جغرافية التدفقات المالية الخارجية" ، في كتاب س. كوربريدج وآخرون ، المحررون ، المال والسلطة والفضاء ، 1994]. وكما جادلت ، "إن إدراك أن المال لا يعمل إلا لأن الناس يؤمنون به يُبرز صفته الوهمية" . لذلك ، يبدو من المناسب بشكل خاص التعامل مع القطاع المالي كما لو كان خيالاً بمعنى أنه سرد مُركب .

هذا العالم الخيالي هو عالم... يكافح فيه أفراداً أبطال ، لكنهم متمسكون بالقانون ، ضد قوى متطرفة . ولم يكن من الغريب أن يختار كوربريدج ، وثرift ، ومارتن تقديم كتابهم الجديد [المال ، والسلطة ، والفضاء ، ١٩٩٤] بكلمات هارفي : "قد يُحرّك الحبّ والمال العالم... لكنّ حبّ المال يُوقرّ الطاقة الخام في قلب هذه الدوامة". ينعكس هذا المزيج من الجنس والجشع مع القوى الأساسية في التغطية الصحفية لشؤون المدينة . في الصفحات المالية والتجارية للصحافة الجادة ، أصبحت صور الشخصيات الرئيسية في عالم المال سمّةً شائعة . تُعدّ الصورة جزءاً مهماً من طريقة عرض صور السلطة والنفوذ المرتبطة ارتباطاً وثيقاً بالمال ، وفي تقديم صورة بطلٍ مأساويٍّ مُنخرط في صراع ضدّ القوى الأساسية... .

اقترح البعض أن الصور البصرية للرجال الأقوياء التي تظهر في التمثيلات الثقافية الشعبية وعلى صفحات الأعمال يمكن تفسيرها على أنها دراما شعبية سينمائية أو تلفزيونية ، حيث تتصارع قوى الخير مع قوى الشر... واستناداً إلى هذه الحجج ، وتحليل للصحافة البريطانية أُجري على مدى عامين بدءاً من خريف عام ١٩٩١ ، وقرائة لمقابلات مسجلة مع رجال ونساء في مناصب مهنية متنوعة في بنوك تجارية ، نقدم أدناه سيميائية مادية لمختلف الشخصيات ، والمعايير الجسدية ، والأداءات الجندرية في جزء من القطاع المالي البريطاني في أوائل التسعينيات .

المصرفيون المتجسدون : تمثيلات وممارسات جسدية

الشخصيات الدرامية التي سادت عالم المال البريطاني في أوائل التسعينيات ، والتي كانت حاضرة في الصحافة ومكاتب ممولي الشركات وغرف التداول ، لا تقتصر على الأب ، سواءً كان بطلاً أو شريكاً ، أو الأميرة المرغوبة ، أو النساء الأكبر سناً ، القويات والذكيات والجدابات ، بل تشمل أيضاً الأمير الشاب ، الذي قد يكون متظاهراً أو لا يكون . الزمن وحده كفيل بإثبات ما إذا كان جديراً بما يكفي لوراثة منصب والده القوي . على الرغم من أن الشخصيات الأبوية أقرب إلى الرجولة المجردة التي تُقدّر في المؤسسات البيروقراطية ، إلا أن الأداء الجسدي للرجال الأصغر سناً يتحدى هذه المثالية . الذكوريات المتعددة : الآباء والأمراء في الخطابات النقدية حول الجنسانية والمنظمات ، جادل البعض بأن مصطلح "الرجل" قد استُخدم كفئة عالمية غير محددة ليمثل البشرية عموماً . إن الممارسات التنظيمية التي تدّعي عدم التمييز هي في الواقع مبنية على افتراضات ذكورية . العامل المثالي ، غير المتجسد ، العقلاني هو في الواقع رجل ، بينما تبدو المرأة المتجسدة في مقابله "كأخر" أدنى منزلة . وقد لعبت هذه الحجج دوراً حاسماً في تحدي الامتيازات التي تُمنح للرجال نتيجةً للتحيز الذكوري الضمني .

ومع ذلك ، فإن الافتراض المركزي القائل بأن "الرجال" أو "الذكورة" فئة معارضة واحدة في حد ذاتها يحتاج إلى تفكير . ففي ظروف مختلفة ، تكون نسخة مهيمنة معينة من الذكورة هي السائدة ، وهذا البناء لا يضع النساء فحسب ، بل أنماطاً بديلة من الذكورة أيضاً ، في موضع أدنى منزلة أو غير كافية . بالنسبة للرجال أيضاً ، هناك مجموعة متنوعة من الأداءات الجندرية أو طرق "ممارسة الجندر" في مكان العمل . كشف تحليلنا للصور الصحفية وغيرها من صور المصرفيين الذكور ، والمواد المتعلقة بتقديم الذات والتفاعل الاجتماعي في مكان العمل ، عن أشكال مختلفة من الرجولة في البنوك التجارية .

ربما يكون ما أطلقنا عليه اسم الرجولة الأبوية هو الأقرب إلى التمثيلات النمطية التقليدية للمصرفيين . هذه الرجولة مرتبطة بطبقة اجتماعية ، وربما تكون الأقل في الأداء الواعي . لم يُشر أيٌّ من الرجال الذين قابلناهم والذين ينتمون إلى هذه الفئة إلى مفاهيم الصورة ، أو الأداء ، أو التنكر ، أو إلى الترويج لأنفسهم ، على عكس جميع فئات المشاركين الأخرى . هؤلاء الرجال رصينون ومجتهدون ، ولديهم خلفية راسخة من

عائلة جيدة ومدرسة حكومية . في بعض الحالات ، يكونون أعضاء في سلالة مصرفية تُخَدُّ أسماؤهم في البنوك التجارية اليوم...

ما تغير إلى حد ما هو الأساس الطبقي للمدينة ، وما يرتبط به من ذكورة مهيمنة ، وطرق ممارسة الأعمال . أدى التوظيف السريع في الثمانينيات إلى توسيع نطاق التركيبة الطبقية وطريقة أكثر انفتاحًا لممارسة الأعمال . وكما علق أحد المشاركين : "في مجال البنوك التجارية ، كان الأمر يقتصر على الرجال . أعتقد أنه تغير بشكل كبير في السنوات العشر الماضية".... ما قد نسميه المدينة الجديدة في العقد الماضي أو نحو ذلك ، تهيمن عليه نسخة بديلة من الرجولة - الشاب المتظاهر أو الأمير الأنيق . هذه الشخصية شخصية عالمية (وليست ممثلة لنسخة برجوازية معينة من الهوية الإنجليزية) ، تتميز بمظهرها الشاب ، وطاقاتها ، ونشاطها ، ورجولتها .

موقعها المميز هو قاعة البورصة ، وسط مشهد فوضوي . مشهد المتداولين الهستيريين مألوف من "تعديلات" سوق الأسهم الأخيرة - الاثنين الأسود عام ١٩٨٧ ، والأربعاء الأسود في سبتمبر ١٩٩٢ ، وانهيار آلية سعر الصرف الأوروبية عام ١٩٩٣ . هذه الصور [للمتداولين الهستيريين] - التي تؤكد على تجسيد الشخصيات ، والحيوية الجسدية الهائلة - تتحدى فكرة العامل الذكوري ككائن عقلائي غير مجسد . من المقابلات المسجلة ، برز تمثيل سردي مثير للاهتمام للصفات اللازمة للأداء الناجح في مكان العمل في هذا المجال المصرفي . إنه تمثيل قائم على أساس طبقي وجنساني ، ولكن بطرق مختلفة عن الممثلين الأبوبيين في عالم المصارف . في هذا التمثيل ، هناك تركيز على السمات "الطبيعية" للتجار والوسطاء الناجحين ، وعلى **وحدة العقل والجسد ، بدلاً من ثنائية العقل والجسد** .

من وجهة نظر المشاركين من أجزاء أخرى من عالم المصارف ، فإن هؤلاء الشباب "رياضيون بالفطرة ، بارعون في التعامل مع الأرقام" ؛ سمتهم الرئيسية هي "ذكاء خام أساسي" . **إنهم "فتيان عربات اليد ، بائعون بالفطرة** . لو لم يكونوا يبيعون السندات ، كانوا يبيعون الفاكهة والخضراوات في إيست إند . **"التجار والباعة يولدون لا يُصنعون** . كانوا يقارنون ذلك ببيع التفاح من عربة اليد ، إذا استطعت فعل ذلك ، يمكنك التجارة . "يأتون إلى البنك في سن الثامنة عشرة ، بدون تدريب ، بكل قدراتهم الفطرية ، مباشرة من المدرسة ، يتمتعون بمهارات حسابية عالية ، وعقول سريعة بشكل مذهل " .

هذه الآراء المسجلة هي في حد ذاتها خيالية ، تستند إلى شخصية نمطية . ومع ذلك ، كما لاحظ أحد المشاركين ، "قاعة التداول أوسع بكثير في الواقع فيما يتعلق بالفئة الاجتماعية في الوقت الحاضر" . وجميع المشاركين ، باستثناء واحد ، الذين قابلناهم من هذا المجال من عالم البنوك ، كانوا خريجين ، ويختلفون عن أقسام تمويل الشركات فقط في حقيقة أنهم التحقوا بجامعات أقل شهرة إلى حد ما . الخصائص المطلوبة للنجاح في التعامل والتداول والبيع أقل اعتمادًا على الطبقة منها على نوع الجنس . إنها تلك السمات المرتبطة تقليديًا بالذكورة . كما أوضح المجيبون ، "يجب أن تكون قويًا وقاسيًا لتحقيق النجاح" ، و"يبدو أن هناك حاجة ماسة لقطع رؤوس الجميع وإقصائهم عن الطريق والدوس عليهم" .

في قرارة جوهرية للطبيعة البشرية ، يُفترض أن النساء يفتقرن إلى هذه الصفات ، التي تأتي بطبيعتهن للرجال . كان هذا افتراضًا شائعًا بين من قابلناهم . وبالتالي ، "ليس من الطبيعي أن تُسكت النساء الهواتف بصوت عالٍ" ، أو "النساء لسن قويات بما يكفي ؛ هذا ليس من طبيعتهن" ، و"التاجر العدواني - حسنًا - هكذا يكون التجار؛ أما المرأة العدوانية - فهذا ليس طبيعيًا" . وكما أوضح هذا المجيب باستخفاف ، حتى لو تصرف النساء بصرامة ، فإن ذلك لا يفيدهن : "هناك نوع معين من النساء في المدينة ؛ يحاولن أن يكنّ رجالاتًا ، ويرغبن في إظهار أنفسهن على أنهن أكثر عدوانية . أجد الأمر محزنًا حقًا" . غالبًا ما تأتي بنتائج عكسية مع الزملاء أكثر مما تُفيدهم .

أظهر هؤلاء الرجال خلال المقابلات إدراكهم لأهمية أجسادهم وانضباطهم البدني ، وأشار جميعهم تقريباً إلى اللباس والأناقة ووزنهم . بدأ الوزن ذا أهمية خاصة... في مهنة شبابية تهتم بالصورة والطبقة الاجتماعية ، مثل العمل المصرفي التجاري ، يُعد الوزن (أو بالأحرى انعدامه) عنصراً أساسياً للنجاح . كان المشاركون في دراستنا متمائلين جسدياً بشكل مذهل - غالبيتهم متوسطو الطول وذوو بزات رسمية ، وكانوا يبيعون الفاكهة والخضراوات في منطقة إيست إند . بدأ الوزن ذا أهمية خاصة... في مهنة شبابية تهتم بالصورة والطبقة الاجتماعية ، مثل العمل المصرفي التجاري ، يُعد الوزن (أو بالأحرى انعدامه) عنصراً أساسياً للنجاح . كان المشاركون في دراستنا متمائلين جسدياً بشكل مذهل - غالبيتهم متوسطو الطول و وزن مناسب لهذا الطول . ويتضح وعي المشاركين بهذا من خلال أحد الاعتراضات : "لسنا جميعاً نسخاً طبق الأصل ، كما تعلمون" .

بالنسبة للعديد من الرجال ، يتطلب الحفاظ على رشاقة الجسم جهداً ونفقات كبيرة . أكثر من ثلث المشاركين يمارسون الرياضة بانتظام ، ونصفهم تقريباً يشاركون بنشاط في الأنشطة الرياضية... قال أحد المشاركين في المقابلة : "أنصح أعضاء فريقتي بالاعتناء بأنفسهم ، وضبط مظهرهم الخارجي أو وزنهم . يجب أن يبدو مظهرك جيداً". وكما أوضح ، مستخدماً استعارات كاشفة ، فإن تحسين الذات ممكن ، إن لم يكن لا حدود له : "لا فائدة من وضع شخص ما في معطف رسمي إذا كان يجب أن يرتدي سترة حمار ، ولكن يمكنك تحسين مظهرك بالعمل الجاد" . من الواضح أن للجسد أهمية مادية ، وليس كل المتقدمين لدخول عالم التمويل العالي مُتأخاً لهم هذا الخيار . قد يكون حجم الجسم عائقاً أمام الدخول . لم يكن هناك أشخاص يعانون من زيادة الوزن بشكل واضح بين من أجرينا معهم المقابلات ، وكما اعترف أحد المشاركين بصراحة : "إذا كان شخص ما سمياً جداً أو قبيحاً ، فسيحدث ذلك فرقاً" .

وبالحديث عن متقدم وظيفة حديث ، والذي كان ، وفقاً لهذا المشارك ، يعاني من زيادة في الوزن بمقدار ثلاثة أو أربعة أبحار ، تابع قائلاً : "إن كونه ضخماً جداً سيؤثر على عقل العميل... نحن لا نوظف صوراً نمطية جسدية ، لكننا نبيع خدمة ، وإذا لم يرغب الناس في شراء الخدمة من هذا الشخص... حسناً" . أميرات ، رجال شرف ، وتتنكر أنثوي ماذا عن صور النساء وتمثيلهن ؟ كيف تقدم النساء أنفسهن وتبينن أداءً في مكان العمل في هذين العالمين المصرفيين ، في حين أنهم بوضوح لسن آباءً ولا أمراء ؟ نادراً ما تظهر صور النساء على صفحات الأعمال ، وعندما يظهرن ، يكون وجودهن ملحوظاً .

يبرز أسلوب التصوير وموقع المرأة فوراً اختلافها عن تصوير الرجال الأقوياء . ومن المعتاد التركيز إما على الجسم كاملاً أو على لقطة مقربة للوجه بدلاً من لقطة رسمية للرأس والكتفين... وكما جادلت غريس ، فإن الرغبة ، لا السلطة ، هي التي تُشكل هذه الصور . ومن السمات المهمة الثانية لصور النساء في القطاع المالي أن هؤلاء النساء غالباً ما يتم تصويرهن إما بدون مكان محدد أو في منازلهن بدلاً من مكاتبهن في البنك ، ناهيك عن قاعة التداول . وعلى عكس صور الطاقة والنشاط والرجولة ، تُصوّر النساء على أنهم سلبيات ومنزليات ، كشخصية خاصة بدلاً من عامة ، وبالتالي في غير محلن في الساحة العامة للعمل... وعلى الرغم من التأكيد على أنوثة هؤلاء النساء ، إلا أنهم أيضاً نساء "في سن معينة" ، ذكيات ، واثقات ، واسعات المعرفة ، وذوات خبرة . في الواقع ، لم تعد هؤلاء النساء "أميرات" ، ولا حتى عشيقات...

تشير غريس إلى أنه مع دخول النساء إلى مناصب قوية في مكان العمل ، "يبدو أن قلقاً معيناً قد ظهر وبدأ إزاحة المرأة كمثل للرغبة والمتعة" . وبشكل متزايد ، أصبح الرجال هم موضوعات الجنس ، جزئياً من حيث سماتهم الجسدية... ولكن جزئياً بسبب ما يمكن تسميته أيضاً بسماتهم العقلية ؛ الشابة الذكية أو تجارة

السندات ، التي تتفوق على المنافسة . الانطباع العام الذي تعطيه صور النساء على صفحات الأعمال هي أنهم "الأخر" ، أي موضع رغبة ، على الأقل حتى يبلغ سن اليأس ويصبحن "رجالاً فخرين" .
وكما جادلت رودجرز في سياق عملها حول المرأة في البرلمان البريطاني ["مساحة المرأة في مجلس الرجال : مجلس العموم البريطاني" ، في إس. أردينز ، محرر ، المرأة والمساحة : القواعد الأساسية والخرائط الاجتماعية ، 1981] ، فإن النساء الأكبر سنًا اللواتي أثبتن مكانتهن بصعوبة غالبًا ما يكنّ عدائيات بشكل علني تجاه النساء الأصغر سنًا اللواتي يُظهرن سمات الأنوثة المتجسدة ، مثل الحمل ، بشكل صريح للغاية .
وتشير إلى أن "النساء اللواتي تم توجيه نجاحهن نحو البناء الذكوري قد تخلّصن عن الرموز التي من شأنها أن تُرسّخهن في المجال التقليدي للحياة المنزلية والطبيعية . إنهم يخشون أنه إذا قامت إحدى زميلاتهم علنًا بدمج الرموز العامة مع الرموز النسائية المنزلية ، فسوف يتعرضن لخطر أن يُنظر إليهن على أنهم نساء ، وهو ما هن عليه بالفعل في بعض المستويات . فمكانتهن في الفئة المهيمنة في نهاية المطاف ضعيف" .

تتوازي حجة رودجرز مع حجة منظرات نسويات أخريات جادلن بأن النساء ، لكي ينجحن في المنظمات الذكورية ، عليهن تبني أداء في مكان العمل يبينهن كالرجال الشرفاء... وقد أيدت هذا الرأي تعليقات العديد من الموظفات المبتدئات اللواتي قابلناهن ، واللواتي أكدن أنهم ، من خلال ملابسهن ومواقفهن ، يحاولن التوافق مع الصورة السائدة في قسم البنك الذي يعملن فيه . وهكذا ، أخبرتنا النساء أنهم يشعرون بأنهم مقبولات كـ"من الرجال" أو أنهم يتبنين ، في أسواق رأس المال وأقسام تمويل الشركات ، مظهرًا ذكوريًا : "أرتدي دائمًا بدلة" أو "أحاول أن أبدو محايدة ، بألوان داكنة ؛ السترة ضرورية" . "في معظم الأحيان ، أكون رجلًا شرفيًا .

إنهم [زملاؤها الذكور] يعاملونني كرجل شرف ، وهذا ما أفضله . هذا يعني أنني أستطيع أن أرى كيف ينظرون إلى النساء . إذا خرجت لتناول مشروب معهن ، فسوف يُعلقن على أي شيء يمر مرتديًا تنورة قصيرة ، وهي أمور لن يقولها الأصدقاء لو كنتُ هناك" . أعتقد أنني أفضل أن أكون رجلًا فخرًا على أن أكون في الجانب الآخر . ومع ذلك ، فإن عددًا كبيرًا من النساء ، بعضهن مبتدئات ولكن بشكل خاص النساء الأكبر سنًا ، أصرن على أن التتكر كرجل أمر مستحيل . وبكلمات موجزة لإحدى المخرجات القليلات ، "لن أكون أبدًا رجلًا كما هو الرجل" . وشرحت امرأة أخرى المشاكل قائلة : "من الصعب ، بل والمهين ، محاولة أن تكون واحدًا من الأولاد . لا تلعب دور الرجل في لعبته الخاصة لأنني أعتقد بصراحة أنك ستفشل إذا حاولت القيام بذلك . أنت لست رجلًا . في الواقع ، أشارت العديد من النساء إلى أن الأنوثة العلنية تمنح مزايا ، مدركات أنه ، كما يجادل بوردو (1993) [وزن لا يُطاق : النسوية ، الثقافة الغربية والجسد، 1993] ، "قد تعمل الزينة "الأنثوية" بشكل "تخريبي" في السياقات المهنية التي تهيمن عليها معايير ذكورية للغاية (مثل الأوساط الأكاديمية)" .

وهكذا ، أشارت إحدى المستجيبات إلى أنها تتبنى عمدًا صورًا نمطية مختلفة للأنوثة لإرباك زملائها الذكور : "أحيانًا أختار مظهر "المديرة التنفيذية الغبية" ؛ وفي أوقات أخرى... يكون الأمر أسهل إذا بدوت وكأنني سأندمج في الخلفية . أحيانًا أرتدي ملابس بوعي تام ، لأن الحياة تتطلب بعض المرح ، وأحيانًا يكون ارتداء تنورة جلدية للعمل أمرًا ممتعًا ، لأنك تعلمين أنهم [أقرانها الذكور ورؤساؤها] لا يستطيعون تحمل ذلك . أخبرتنا امرأة أكبر سنًا : "أستخدم ما أنا عليه فقط . لا أظهر متنكرة في زي امرأة تنفيذية غبية ، لأنني لستُ في السن المناسب لذلك . بعض النساء يستخدمن... تلك الصورة . بعض النساء متنكرات في زي حمقوات ، واتضح أن وراء كل ذلك خداعًا عقليًا من الطراز الأول . استخدمت النساء المشاركات استعارات الأداء والتمويه والتتكر بشكل شائع . وكما ذكرت إحداهن : "هناك طرقًا مختلفة لسلب حقوق الآخرين ، وأدوار مختلفة للتبني" .

ومع ذلك ، اتضح من خلال تحليل نصوص المشاركين الذكور أن العديد من الرجال شعروا بعدم الارتياح تجاه أداء زميلاتهم ، سواء تصرفن كـ"رجال" أو "نساء" . إن محاولة محاكاة ذكورية ، سواء من خلال الملابس أو السلوك ، تميل ، كما ألمح عدد من المشاركات ، إلى أن تكون غير مثمرة... ولكن الأنوثة ليست بلا ثمن بالنسبة للنساء العاملات . في الواقع ، كان هناك شعورا مشتركا بين الرجال الذين أجرينا معهم المقابلات بأن الأنوثة تمنح النساء مزايا غير عادلة ، لا سيما في التعامل مع العملاء : العنصر الأساسي في "بيع" العمل ، مهما كان السياق . هنا أيضا ، كان البناء الخطابي للصفات الأنثوية على أنها طبيعية ملحوظا . عدت النساء منافسات غير عادلة لأن "النساء بارعات في التعامل مع الناس ؛ فالناس يخبرونهن بالأشياء" ، و"قد تتمتع النساء بميزة طبيعية ، لأن غالبية العملاء من الرجال ، ومن الواضح أن مهارتهن في العلاقات العامة ودفء التعامل العام أفضل بكثير من مهارات الرجل" .

أو كما أفاد أحد المشاركين الذكور، بنوع من السذاجة ، وهو ينقل كلمات زميلة مجهولة : "لم أفكر في هذا الأمر حقًا ، لكنها قالت : "أحيانًا يمكنني استخدام مهاراتي الأنثوية للحصول على أشياء لا يمكنك الحصول عليها" . هناك ميزة أكيدة لكونك امرأة . إن كونك امرأة ، حتى لو كانت مُزينة قليلاً ، يُمكن أن يكون ميزة كبيرة سواء داخل البنك أو مع العملاء ، لأن الفتيات [الكلمة التي استخدمها] يُمكنهن بناء علاقة شبه فورية ، كما تعلمون ، مع مديريهن وعمالتهن . وما يُفلقه بوضوح هو : "أعتقد أن ذلك سيؤثر على اختيار الترقية إلى حد ما ، طالما أنها شخص لديه المهارات الأخرى" .

إغواء غير مُريح

المعنى غير المُعلن لهذه التعليقات هو أن النساء يستخدمن جنسائتهن وأنوثتهن لإغواء عملائهن الذكور، وإن لم يكن ذلك بالمعنى الحرفي ، بمعنى آخر . كانت النساء المشاركات أكثر صراحة بشأن الطرق التي استندت بها التفاعلات بينهن وبين عملائهن إلى التلاعب بمعايير الانجذاب التقليدية بين الجنسين . اللغة المستخدمة في الاقتباسات الآتية هي لغة المغازلة . "أنتِ بحاجة إلى ذوق... أنا لستُ جيدة مع العميل... أنا لستُ مهتمة به أو هو ليس مهتمًا بي... إذا لم تكن هناك شرارة في العلاقة ، فلن تتمكني من إشعالها" . "الذي القدرة على الاستماع وإصدار أصوات مهذبة ، أكسب ثقة العملاء . إنها طريقة مختلفة للقيام بالأشياء . " والأكثر صراحةً ، "النساء يُغوين عملائهن ، ليس حرفيًا . أنا متأكدة تمامًا من أن ذلك يتم بهذه الطريقة" .

مع ذلك ، أعربت العديد من النساء أيضًا عن شعور معين بعدم الارتياح بشأن أدائهن ، وعدم سعادتهن بتبنيهن واستغلالهن لأنوثة ساحرة وجدنها مهينة . إذا كنتِ امرأة جذابة في هذه البيئة ، فقد يكون ذلك مفيدًا للرجل . بصراحة ، عليكِ أن تتعلمي استخدام كل ما لديكِ والتخلي عن كبريائكِ أحيانًا ، لأنه بشكل أو بآخر ، ليس بالمعنى الحرفي ، بل بشكل أو بآخر ، قد يكون ذلك شكلاً من أشكال دعارة جنسك... وأنتِ ، هم ، وأنتِ... عليكِ أن تتعلمي استخدام ذلك... العديد من النساء اللواتي قابلناهن لم يستخدمن لغة الأداء صراحةً لوصف التفاعل الاجتماعي اليومي في مكان العمل فحسب ، بل أشرن أيضًا إلى أن شخصيتهن في مكان العمل غير واقعية .

تحدثن عن "بناء قوقعة" ، و"تبني شعور مختلف بنفسي" ، و"عدم استخدام شخصيتي الحقيقية" . وبالتالي ، فإن القلق الذي عبر عنه الرجال تجاه النساء في مجال الخدمات المصرفية التجارية يوازيه قلق بين النساء أنفسهن . وما يزال مدى تأثير هذا الغموض على أداء النساء وأفاق ترقيتهن غير واضح . ومع ذلك ، من الواضح أن الرجال يحتفظون بسيطرتهم على المناصب الرئيسية في البنوك التجارية . لا تشغل النساء سوى 11% من المناصب المهنية في البنوك التجارية في مدينة لندن ككل . على الرغم من وجود عدد من

الأسباب الواضحة لهذا التمثيل المنخفض ، بما في ذلك الاختلافات السابقة بين الجنسين في المستويات التعليمية وممارسات التوظيف ، وتمثيلات وسائل الإعلام للنساء على أنهم "آخريات" ، والتفاعلات الاجتماعية اليومية القائمة على معايير الرجولة ، سواءً أكانت ذكراً غير مجسد في نظرية التنظيم التقليدية والممارسات البيروقراطية ، أو أشكالاً مختلفة من الأداء الذكوري . لا شك أن العوامل الموضحة هنا تُعدّ جزءاً من سبب عدم نجاح النساء في اختراق حرمات السلطة المالية .

الخلاصة

من الواضح أن الهويات الجندرية للموظفات اللواتي أجرينا معهن المقابلات عنصر أساسي في الخدمة الشاملة التي يقدمنها للعملاء . ففي مجال الخدمات المصرفية التجارية ، كما هو الحال في مهن الخدمات التفاعلية الأخرى ، تُعدّ الجسدية - بمعناها الثلاثي : الجنس التشريحي ، والهوية الجندرية ، والأداء الجندري - جزءاً أساسياً من بيع الخدمة ، وهي في هذه الحالة الاستشارات المالية . ومن الواضح أيضاً أنه مع الشرط المهم المتمثل في وجوب أن تكون ضمن سياق مغاير جنسياً حصرياً ، تتوفر العديد من أشكال الأداء الجندري التي تُعدّ خيالات مقبولة ومناسبة في ظروف معينة . لقد حلّ محلّ النموذج المُجرّد للبيروقراطي الذكر ، الذي بُنيت فيه النصيحة العقلانية كمنتج عقلي ، يُزعم أنها غير مرتبطة بالتجسيد المُحدّد لمُقدّم تلك النصيحة ، في عالم المال الرفيع المُعاصر...

وقد بدأ التحول نحو العمل كأداء ، حيث تُؤكّد المعايير الفردية للمظهر والشخصية والأناقة والأسلوب والعرض الذاتي المُتعمّد ، في تفويض مفاهيم القيمة والإنجاز التي كانت تُميّز البيروقراطيات . والنتيجة النهائية هي أن التقييم النسبي للأفراد وفقاً للمعايير العالمية أصبح صعباً بشكل متزايد . مع أننا لا ننكر ذرةً من النقد الوجيه للطبيعة الذكورية الضمنية للصفات القديمة التي تُقدّرنا أنظمة التقييم والتقويم التي يُزعم أنها عالمية ، إلا أننا نجد من المفارقات أنه في الوقت الذي تكتسب فيه النساء إمكانية الوصول إلى الامتحانات الرسمية والحصول على المؤهلات المهنية ، تتضاءل قيمة المعايير الرسمية للوصول إلى مناصب السلطة والمكانة . ومع ذلك ، فبدلاً من الندم على زمن مضى ، من الواضح أن على المعنيين بوضع المرأة في مكان العمل أن ينظروا إلى ما وراء المفهوم التوزيعي للعدالة الكامن وراء سياسات تكافؤ الفرص التقليدية...