

# ESTETİK EMEK: ÇALIŞAN KADINLARA YÖNELİK AYRIMCILIĞIN YENİ GÖRÜNÜMÜ

**H. ŞEBNEM SEÇER\***

## ÖZET

Bu çalışma, literatürümüzde henüz çok yaygınlaşmamış olan estetik emek olgusunun içeriğini ve niteliğini ele alarak, bunu hizmet sektörü çalışanları açısından yeni bir ayrımcılık boyutu olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Estetik emeğin çalışanların bedensellikleri üzerindeki kontrol ile yapılandırılması önemli bir yön olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan, bu kontrolün işverenler tarafından ayrımcılıkta yeni bir araç olarak kullanılması ve çalışma yaşamında ayrımcılık açısından en dezavantajlı konumda olan kadınlara olan etkisi dikkat çekici bir diğer yön olarak vurgulanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Estetik emek, Görünümcülük, Ayrımcılık

## ABSTRACT

In this study, it is aimed that to discuss the details of the content and characteristics the aesthetic labour which is not become widespread in our literature yet and that to consider this point as a new discrimination dimension with regards to service sector employees. It is emerging as an important aspect that the aesthetic labour is configuring with controlling the corporeality of employees. On the other hand, the control on corporeality of employees is used as a new tool by the employers and it is remarkable that the aesthetic labour has an important effect on women employees who are the most disadvantages group in working life.

**Keywords:** Aesthetic Labour, Lookism, Discrimination

\* *Doç.Dr. /Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Yönetim ve Çalışma Sosyolojisi Anabilim Dalı Öğretim Üyesi.*

## Giriş

Hizmet sektörünün değişen doğası ve bedeninin metalaşması üzerinden anlamını bulan estetik emek, son yıllarda özellikle yabancı literatürde yaygınlaşan bir alana sahiptir. Estetik olgusu neredeyse insanlık tarihi kadar eski olmakla birlikte, estetiğin çalışma sürecine konu olması ve örgütsel yaşama girmesi nispeten daha yakın tarihlere rastlamaktadır. Hizmet sektörünün yaygınlığı ve rekabet avantajı yaratmadaki etkin rolü, estetik emek olgusunu ön plana çıkaran en önemli gelişmeler olmuştur.

Estetik emek, çalışanlar açısından bedenlerini ön plana çıkaran yeni gereklilikler anlamına gelmektedir. Çalışanların zihinleri ve duyguları yanında, bedenlerini de yönetsel müdahalelere konu yapan estetik emek, işletmeler açısından kâr güdüsünün doğal bir sonucu olarak ortaya çıkmakta ve yine doğal olarak çalışanlara bedensel görünümleri üzerinden farklı davranılmasının yolunu açmaktadır. Henüz yasal bir ayrımcılık türü olarak çok yaygınlaşmamış olmakla birlikte, yapılan çeşitli araştırmalar çerçevesinde bakıldığında estetik emeğin ayrımcılık yarattığına kuşku yoktur.

Bu çalışmada ülkemiz literatürüne henüz tam anlamıyla dahil olmamış olan estetik emeğin hizmet sektörünün değişen doğası ve bedeninin metalaşması üzerinden te-

mel niteliği, kapsamı ve ayrımcılığı ortaya çıkartan yönleri ele alınmış ve özellikle kadın çalışanlar açısından yarattığı ayrımcılığın nedenleri ve örnekleri üzerinde durulmuştur.

## Hizmet Sektörünün Değişen Doğası

Akademik literatür, hizmet sunumu sürecindeki faaliyetlerin tümü içindeki rutin çalışanların "kölelik" düzeyindeki koşullarına dikkat çekmektedir. Gerçekten de Korczynski'ye göre, çağdaş ve genişleyen hizmet toplumu "köle toplumu" olarak daha iyi anlaşılabilir (Korczynski, 2002:135'den aktaran Warhurst/Nickson; 2007, s.786).

Hizmet sektörü çalışanları; işveren ya da yöneticileri ile müşterileri olmak üzere iki farklı denetim birimi altında sorumluluk yüklenmektedirler. Kâr, başarılı bir müşteri-çalışan ilişkisi sayesinde yaratılabildiğinden, işverenler en üst düzeydeki etkinlik ve verimliliği ortaya çıkartabilmek için hizmet sunumu sürecindeki faaliyetlerin tümüne müdahale edip kontrol altına almak isteyebilmektedirler. Perakende ya da turizm gibi hizmet sektörünün müşteri ile yüz yüze etkileşimi daha fazla ön plana çıkaran alt sektörlerinde, bu kontrol, çalışanların davranışları ve duyguları yanında onların görünümüne kadar uzanabilmektedir. Bu son sözü edilen kontrol biçimi yani çalışanın görünümünü de kontrol al-

tına almaya yönelik yaklaşım, literatürde estetik emek olarak yer almaktadır. Günümüzde birçok hizmet sektörü çalışanından şirketin ya da gerekli olan hizmetin imajını kendi bedeninde somutlaştırmasının beklenmesi nedeniyle, sadece duyguların değil görünümün de metalaştığı belirtilmektedir (Williams/Connell; 2010, 351).

### **Bedenin Metalaşması**

Estetik emek sözkonusu olduğunda, çalışanların hissettikleri ve görüntüleri metalaşmıştır ve işveren taleplerine uygun olabilmek için sürekli olarak şekillendirilmeye çalışılmaktadırlar. Çetin'in de belirttiği gibi, "beden üzerine tüketimin hızla artması, güzelliği ve sağlıklı olmayı metalaştırmıştır. Meta olarak dolaşım sürecine giren ve diğerleriyle rekabet durumundaki bireyin estetik görünümü, güç ilişkilerindeki yerini almıştır. Bireyin artık 'nesne' olarak görünümü dikkati çekmektedir. Bedenin dış görünümüne dikkat etmek, imaja dayalı statüleri elde etmede kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir. Çalışma yaşamında da, özellikle hizmetler sektöründe, bedenin estetik görünümü bireyin iş bulma ve sahip olduğu işe devam edebilmesinde önemli hale gelmiştir. Her ne kadar bilgiye ve bilgi teknolojilerini kullanabilme becerisine sahip bireyler çalışma yaşamındaki rekabet ortamında ön plana geçmede avantaj-

lı olsa da, dış görünümü ile bütünlük göstermediği sürece başarılı olamayacakları ifade edilmektedir. Son yıllarda tüm dünyada özellikle hizmetler sektöründe, işgücünün bedeni sürekli denetim altında sıkışıp kalmış, çalıştığı sektörle ilgili yeterli eğitime sahip olsa bile, sadece fiziksel görünümünün 'ideal' ölçülerde olmamasından dolayı çalışamaz duruma gelmiştir" (2009; 75-77).

Çalışanın görünümü hizmetler sektörünün genişlemesi ve rekabetin artmasına paralel olarak şirketlerin sundukları hizmetleri farklılaştırmaya çalışmalarıyla birlikte önemli hale gelmiştir. Sunulan hizmetleri farklılaştırmada işverenin anahtar stratejisi, duygusal emek yoluyla olmaktadır ve işveren ticari kazanç elde etme amacı çerçevesinde çalışanların duygularını müşterilerin duygularını etkilemek için değiştirmeye ve dönüştürmeye çalışmaktadır. Daha güncel bir gelişme ve bu yaklaşımın bir ölçüde genişlemesi ile ilgili olarak ilgi, işverenlerin sadece duygularını kontrol etmek değil çalışanların bedenselliklerine de müdahale etmek istediklerinin anlaşılmasıyla "estetik emek"e doğru kaymıştır (Witz vd. 2003; 36). Duygusal emek çalışanların duygularını şekillendirmek iken, estetik emek de aynı gerekçe ile yani ticari kazanç kaygısıyla çalışanların bedenselliklerini şekillendirmektedir (Warhurst vd., 2009; 132).

## Estetik Emek Kavramı ve Bileşenleri

Çalışma yaşamının analizinde devam edip giden bir estetik dalgası vardır. Estetiğin, mesleklerin estetik yönleri, örgütler üzerinde estetik bakış açıları, liderliğin estetik yönleri ve işgücü piyasalarına estetik yaklaşımlar gibi çeşitli açılardan sözkonusu edildiğine şahit olunmaktadır. Örgütler sözkonusu olduğunda estetik yaklaşımlar; "örgütlerin estetiği" ve "örgütlerde estetik" olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. "Örgütlerin estetiği" örneğin McDonald şirketini simgeleyen "M" harfi gibi bazı donanımsal özellikleri kapsarken, "örgütlerde estetik", çalışanlar anlamında sahip olunan nitelikleri ifade etmektedir. Bu yön onların fiziksel özellikleri ve becerilerine işaret etmektedir (Karlsson, 2011; 52-53).

Estetik emek sergileyen çalışanlar, maddi kültürün kurum imajını tamamlayan canlı bileşenlerdir. Kurum imajının cansız bileşenleri ile birlikte onlar, kurumsal olarak yapılandırılırlar. Gerçekten de, en azından hizmet sektörünün stile dayalı yeni niş alanlarında, estetik emek sergileyen çalışanlar, sadece teknik ya da duygusal emek becerilerin değil, belirli bedensel görünümünün de yayılımına dayanan adeta sahnelenmiş bir performans sergilemektedirler (Witz vd. 2003; 44). Bu tür gösterime dayalı çalışma faaliyetinde bedensellik,

ilk defa Warhurst, Nickson, Witz ve Cullen tarafından, "Aesthetic Labor in interactive service work: some case study evidence from the 'new' Glasgow"(2000) adlı eserde estetik emek olarak adlandırılarak literatüre girmiştir. Bu kavram, çalışanların bedenlerinin örgütün istenen estetik görünümü sağlayabilmesi ve ticari bir yarar elde edebilmesi için bizzat örgütün yönetimi tarafından üretildiğini ifade etmektedir (Warhurst vd. 2000; 4).

Estetik emek olgusu esasen işgücü piyasaları ile ilgilidir ve işverenlerin istihdam ettikleri çalışanlara ve onların tecrübelerine yönelik taleplerini ifade etmektedir. Bu talepler, Warhurst ve Nickson tarafından "iyi görünmek ve doğru konuşmak" şeklinde bir deyim olarak formüle edilmiş ve estetik emek teorisinde bir slogan niteliği kazanmıştır (Karlsson, 2011; 53).

Estetik emek, hizmet sektörü çalışanlarının "iyi görünmek ve doğru konuşmak" için ön planda olan gerekliliklerini içerir. Hizmet sektörü üzerinde çalışan sosyologların kullandığı kavramsal araçlara en son katılanlardan birisi olarak estetik emeğin, sosyal eşitsizliklerden kaynaklanan farklılıkları normalleştirici yönü de bulunmaktadır (Williams/Connell, 2010; 371-372).

Estetik emek, istenen bedensel eğilimleri yansıtan çalışanların istihdam edilmesidir. Bu tür emek ile

işverenler rekabet avantajının bir kaynağı olarak, çalışanlarının şekillendirilmiş özelliklerini ve kapasitelerini bilinçli olarak kullanmaktadır. Bu eğilimler, bir dereceye kadar, istihdama giriş aşamasında sahip olunanlardır. Bununla birlikte, daha da önemlisi, işverenler daha sonra bu eğilimleri; seçme ve işe alma aşaması yanında, eğitim, izleme, ödüllendirme gibi diğer süreçlerde de harekete geçirmekte, geliştirmekte ve metalaştırmaktadır. Bu eğilimleri, hizmet sürecinde müşterinin duyularına cazip gelecek bir stil yaratmak üzere beceriler seti olarak yeniden şekillendirmektedirler. Diğer bir deyişle, çalışanların bedenselliği işverenler tarafından ticari bir yarar sağlamak için dönüştürülmekte, uygun hale getirilmekte ve yönetilmektedir. Ticari yarar, estetik emek sürecinde çalışanlar farklı ve tanımlanmış bir kurum imajının oluşumuna ve yaratılmasına katkı sağladıkları, diğer bir deyişle, müşteriye çekici geldikleri ve sürekli müşteri edinmeyi kolaylaştırdıkları için ortaya çıkmaktadır (Warhurst/Nickson, 2007(b); 107). Burada en önemli nokta, estetik emeğin, işverenlerin diğer işletmelerle rekabet ederken bireylerin bedensel eğilimlerini kendi yararına olacak şekilde metalaştırıp, kullanabildiği ve bunun da ötesinde bu eğilimlerin eğitim yoluyla geliştirilebildiği anlamına gelmesidir (Karlsson, 2011; 54).

Estetik emek kavramında, emek sürecinde beden cisimleşmesi ön planda yer almaktadır. Estetik emek, aynı zamanda ticari amaçlar için çalışanlar üzerinde fiziksel düzenlemeleri kullanan organizasyonlar hakkındaki tartışmalara, analitik olarak uygun ve sağlam araçlar sunmaktadır (Witz vd., 2003:198). Bunun yanında organizasyonda çalışan bedenlerin varolma ve işi yapabilme yolları üzerinde yoğunlaşarak, hizmet işine cisimleşmiş karakter kazandırmaya da izin vermektedir (Witz vd., 2003:35-43). Çalışma yaşamında bedenin estetik görünümü, özellikle işe alım sürecinden etkili olmaktadır ve sonrasında bu görünümün korunması istenmektedir (Çetin, 2009; 79).

Müşteri ile yüz yüze olunan bazı işlerde işverenler aradıkları çalışan tipinin kişisel özelliklerini "hırslı, stil sahibi, kendine güvenen, zevkli, akıllı, başarılı ve çok yeri görmüş" gibi çok ayrıntılı bir şekilde belirleyebilmektedirler. Bunlar da aslında emekte aranan estetiğin boyutlarını gösteren unsurlar olmaktadır.

Warhurst ve Nickson, örgütlerin, çalışanların bedenselliklerini "doğru görünüm" aracılığıyla müşterileri cezbetme çabası çerçevesinde metalaştırdıklarında estetik emeğin gündeme geldiğini belirtmektedirler. Bu görünümü belirlerken, bazı işverenler çalışanlarının cinselliklerini de harekete geçirme-

nin, geliştirmenin veya metalaştırmanın yolunu arayabilmektedirler (Warhust/Nickson, 2009; 399).

Estetik emek konusunda belirginleşen literatür, emek sürecinin daha önce çok fazla açıklanmamış olan hizmet sektörüne ait yönünü de dikkate almaya yönelik bir uyarı yapmaktadır. Emek sürecinde, hizmet alan kişinin işin daha geniş ölçüde örgütlenmesi üzerindeki etkisini dikkate alarak, istihdam ilişkisindeki odak noktasının yönetim-emek ikileminden, müşteri-çalışan-yönetim üçgenine doğru kayması gerektiği belirtilmektedir (MacDonald/Korczynski, 2009: 4).

Estetik emek ile duygusal emek olguları, çalışanların, müşterilerin algılamalarını etkilemek için takınmak durumunda oldukları tavırlara vurgu yapması bağlamında birbirlerine benzer özellikler taşımaktadırlar. İki olgu da çalışanların şekillendirilmiş özelliklerine odaklanır. Bununla birlikte, estetik emek olgusuna ilişkin açıklamalar büyük ölçüde Pierre Bourdieu'nun (1984) çalışmalarına dayanmaktadır. Dolayısıyla, estetik emek sergilemesi için işe alınan çalışanlardan beklentiler, sadece belirli istihdam koşulları içinde bir rolü üstlenmek ya da yerine getirmek değil, daha ziyade köklü ve yerleşmiş hal ve tavırları da sergilemeyi de içermektedir. Diğer bir deyişle, işverenler belirli içselleştirilmiş eğilimler ta-

şıyan ve bunları kendinde görünür kılabilen kişileri çalıştırmak istemektedirler. Bourdieu'nun içselleştirilmiş eğilimler kavramına göre, bireylerin çocukluklarından itibaren kazandıkları bir takım eğilimleri ve tercihleri onların sınıfsal özelliklerini de yansıtır. İşverenler çalışanları doğru estetik özellikler bağlamında işe alırken, sosyal hiyerarşilerin ürünlerini de ortaya çıkarmış ve kullanmış olmaktadır. Diğer bir deyişle, işverenler sosyal sınıf ayrıcalıklarını taşıyan çalışan arayışında olmaktadır (Williams/Connell, 2010; 352).

### **Estetik Emek Talep Eden İşler**

Grugulis vd.(2004) örgütler için artan bir şekilde çalışanlarının davranışlarını olduğu kadar duygu ve görünümlemlerini de yönetme eğiliminin olduğunu, dolayısıyla çalışmanın artık verimlilik boyutu yanında, duygusal ve estetik boyutunun da bulunduğunu ileri sürmektedir. Bu gelişme özellikle iş alma ve eğitimin hizmeti sunan işgücünün duygularına ve estetiğine odaklanmış olduğu perakende gibi hizmet sektörlerinde yaygındır (Thompson; 2001). Revaçta olan otel ve barların bulunduğu "tarza dayalı işgücü piyasalarında", barmen, garson ya da satış elemanının görünümü, hareketleri, konuşması ve genel stiline, sunulan hizmetin trend ve kaliteli olmasının temel koşulu olduğu belirtilmekte-

dir (Nickson vd. 2001;7). Personel iyi giyinmeli, doğru konuşmalı ve işe seçme ve yerleştirme süreci de bunu sağlayacak şekilde yapılmalıdır. Bakımlı olmak, giyim kuşam, hareketler, konuşmanın tarzı, tonu ve şivesi, bedeninin boyutları sadece bu sözü edilen ortamlarda önemli hale gelmemektedir. Çağrı merkezleri, eğitim danışmanlıkları, yatırım bankaları ve muhasebeciler gibi birbirinden çok farklı işyerleri personelini onların duygusal ve estetik becerileri için işe almakta eğitmekte ve terfi ettirmektedir (Trethewey, 1999; Thompson, 2001). Bu sayılan özelliklere sahip olmak, becerili olarak sayılmanın yeni ifadesi olmaktadır (Grugulis vd. 2004).

Estetik emek, hemen hemen müşteriye hizmet vermeye yönelik bütün işlerde sözkonusu olmaktadır. Irk, cinsiyet, sınıf ve yaş gibi özellikler farklı iş ortamlarında birleşerek, belirli bir hizmetin parçası olabilecek çalışan bireye ilişkin bir norm yaratabilmektedirler. Örneğin, Warhurst ve Nickson (2007a), Entwistle ve Wissinger (2006) ve Witz (2003), yüksek kaliteli giyim satış sektöründe orta-sınıfı yansıtan genç kadınların tercih edildiklerini, buna karşılık MacDonald/Korczynski (2009) ise, diğer sektörlerde daha orta yaşlı erkek çalışanların tercih edilebildiklerini belirtmektedir (MacDonald/Merill; 2009;123).

Estetik emek konusunu araştıran başlangıç niteliğindeki ça-

lışmalar, İngiltere'de Glasgow bölgesindeki "tarza dayalı işgücü piyasası"nı ve tasarımcı, butik oteller, şık barlar, restoranlar ve cafe-lerdeki işleri araştırmaya yönelikti. Bu ilk pilot çalışma, bu şirketlerin, kurumsal imaj ve kişiliğin bedensel simgesi haline gelebilecek çalışanları istihdam etmek ve geliştirmek istediklerini ortaya koymuştu. Sözkonusu işyerlerinin işverenleri, kurum imajının bir parçası gibi görünen çalışanlara sahip olmanın, farklı bir şirket imajı yaratmaya yardım edeceği ve bu şirketlere karmaşık perakende ve turizm sektörlerinde rekabet avantajı yaratacağını düşünüyorlardı (Warhurst vd. 2009).

Daha sonraları diğer şirketler de çalışanların görünümünü kullanarak müşteri çekmeyi düşünmeye başladılar. Daha sonraki araştırmalarda, çalışanların görünümünün şirketlerin markasının ve rekabet stratejisinin önemli bir parçası olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışan görünümünün şirketin başarısındaki yeri sorulduğunda, işverenlerin %93'ü çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Yine işverenlerin %90'ı doğru görüntünün kritik bir işe alım kriteri olduğunu ifade etmişlerdir (Nickson vd. 2005; 202-203).

Hizmet sektöründeki bazı işletmeler, işgücü açısından, bu işletmelerde çalışmak için gerekli olan orta sınıf kültürel sermayesine sahip olan işgücüne dayanmak du-

rumundadır. Sözkonusu kültürel sermaye, işverenler tarafından talep edilen estetik emek gerekliliklerini sağlamak için esastır. Estetik emek, sayılan bu işlerde çalışanların statülerini yükseltme olanağı sunar ve hizmetin yeniden yapılmasını da etkiler (Warhurst ve Nickson; 2007(a); 789-790).

### **Estetik Emek ve Ayrımcılık**

Tarihsel olarak bakıldığında, işverenlerin çalışanları kontrol etme çabaları her dönemde sözkonusu olmuştur. Taylorizm ve bilimsel yönetim döneminde işverenler çalışanların zihinlerini, duygusal emekle ise duygularını kontrol etmeye çalışmışlardır. Günümüzde kontrolün yeni biçimi estetik emek olgusu ile birlikte, çalışanların bedenlerine yönelmiştir. Bu çerçevede estetik emek, çalışanların bedenselliklerinin metalaştırılmasını ön plana çıkarmak noktasında hizmet sektörü işlerine yeni bir yaklaşımı temsil etmektedir. İşverenlerin çalışanların bedenlerine yönelik bu talepleri giderek yeni bir ayrımcılık türü olarak "görünümcülük"<sup>1</sup> olgusunun yükselmesine de yol açmaktadır (Warhurst vd., 2011; 126).

Estetik emek hiyerarşik bir doğaya sahiptir. Bu çerçevede, genç, beyaz ırktan, orta-sınıf ve ilgi çeken, sempatik çalışanların daha yüksek ücret düzeyine ve statüye sahip işlerde çalışmak için işe alın-

maları sözkonusudur (MacDonald/Merill, 2009; 123). Amerika, İngiltere ve hatta Avustralya gibi ülkelerde bireyin görünümü ile aldığı ücret ve istihdam geleceği arasında bir ilişki olduğuna dikkat çeken bilimsel bir araştırma alanı giderek genişlemektedir (MacDonald/Merill, 2009; 131). Sonuçlar, çalışanın görüntüsünün önemli olduğu konusunda kesin söylemler içermektedir. İşverenler daha iyi görünen ya da doğru görüntü veren kişiler lehine bir ayrımcılık yapma ve fiziksel olarak daha az çekici olan ya da yanlış görüntü verenleri ise cezalandırma eğilimindedirler. Kişinin görünümü üzerinden önyargı geliştirme ya da ayrımcılık yapma veya özellikle güzelliğin sosyal konseptlerine uymayan fiziksel görünüm temelinde önceden oluşturulmuş bir görüş ya da ayrımcılık anlamına gelen "görünümcülük", istihdam alanındaki ayrımcılıkla mücadeleye ilişkin bir sonraki kale olarak gösterilmektedir (MacDonald/Merill, 2009; 132). Görünümcülük, çalışanın görünümü temelinde ayrımcılık yapmanın yeni yolu olarak görülmektedir (Karlsson, 2011; 54).

Görünümcülük kavramı, Amerikan İngilizcesi bir kavramdır ve ilk defa 1970'lerin sonunda Washington Post'un bir baskısında kullanılmıştır. İngiltere'de ise, hukuk uzmanları daha yeni tarihlerde açık bir şekilde estetik emeğe atıfta bulunmaya başlamışlardır

1- Oxford English Dictionaries sözlüğünde sözcük anlamıdır.



(MacDonald/Merill, 2009; 133). Görünümcülük, istenen bir bedensel görüntüye ulaşamayan ya da buna isteksiz olan işgücünün işiyile ilgili gelecek beklentilerinin giderek zayıflamasına işaret eden bir kavramdır (Warhurst vd., 2011; 126). Görünümcülüğün küreselleşme ile ilişkisini kültürlerarası bir yaklaşımla inceleyen bir çalışmada, küreselleşme eğilimi arttıkça görünümcülüğün giderek etkisini arttıran bir unsur olarak işgücü piyasasında yerini aldığını ve bu sonucun kültürel değişkenliklerden de çok etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır (Ghodrati vd., 2015; 12).

İşverenlerin daha uygun olarak varsaydıkları ile uygun görmedikleri çalışanları zihinlerinde filtreledikleri kabul edilmektedir. Ayrımcılığı temellendiren bu kriterlerin bir kısmı yasal iken bazıları değildir. Örneğin, akademik ya da mesleki yetkinliklere dayalı bir değerlendirme yasal iken, cinsiyet, ırk, engellilik veya yaşa dayalı bir ayrımcılık yasal görülmemektedir. Çalışanın görünümüne dayalı ayrımcılık ise, henüz yeni beliren bir alan olduğu ve ele alıp incelemesi daha problemlili kabul edildiği için "gri alan" yani yasal olup olmadığı belirsiz alan olarak kabul edilmektedir (MacDonald/Merill, 2009; 132).

Fiziksel görünüm temelinde aleyhte davranışları düzenlemek, işverenlerin bütün diğer ayrımcılık uygulamalarında olduğu gibi kar-

maşıktır. Görünümcülük, kanıtlanması zor olan ve hatta günümüzde hakkında dava açmanın bile zor olduğu bir ayrımcılık türüdür. Vo'ya göre, insan doğası, güzelliğe olumlu atıflar yapmaktadır. Amerika'da bile görünüme dayalı ayrımcılığın yasalarla tanınıp tanınmaması konusunda tartışma bulunmaktadır. Mevcut durumda, görünümcülük Amerikan yasaları altında yasal olmayan bir ayrımcılık türü olarak tanımlanmış değildir. Bu tür bir ayrımcılığa uğradığını iddia eden bir kişinin bu ayrımcılığı, cinsiyet veya ırk gibi diğer faktörlere göre kanıtlanması gerekmektedir. Bu yaklaşım İngiltere'de de benzer şekilde uygulanmaktadır (2002; 341). Buna karşılık, Avustralya'da 1995 tarihli (2010'da değişen adıyla) Eşit Fırsatlar Yasası altında, bir kişiye onun fiziksel görünümüne dayanarak adil davranmamak ya da ayrımcılık yapmak yasa dışı olarak kabul edilmektedir. Yasa açık bir biçimde, fiziksel özellikler temelinde ayrımcılığa atıf yapmakta ve işverenleri çalışanların bu özellikleri temelinde bir tercih yapmaları konusunda engellemeye çalışmaktadır. 1995'ten bu yana, Avustralya'daki Eşit Fırsatlar ve İnsan Hakları Komisyonu'nun 600'ün üzerinde işyerinde fiziksel özelliklere dayalı ayrımcılık yapıldığı yönünde şikayet aldığı belirtilmektedir (Warhurst vd., 2009; 133-134).

Gerçekten de literatürde çeşit-

li araştırmaların da ortaya koyduğu gibi, işverenler doğru kişilik ve görünümü müşteri ile yüz yüze olacak personelin seçiminde en önemli kriterler olarak belirlemektedirler. Bunun da ötesinde, çalışanları işe aldıktan sonra da onların görünümleri üzerindeki kontrollerini devam ettirmektedirler. Bu kontrolün işletmelerde görünüm standartları belirlemek suretiyle gerçekleştirildiği ve çalışanların görünümleri ile ilgili bir politika geliştirmenin de şirket markası ve imajına uygunluk gerekçesi ile özetlendiği görülmektedir (Warhurst vd., 2011; 127-128). Diğer bir deyişle, hizmet sektöründe müşteri ile yüz yüze iletişim kurulan birçok iş için başvuru yapanlar arasında ayrımcılığın yaygın olduğu görüşü ön plana çıkmaktadır (Butler, 2014; 728).

### **Estetik Emeye Dayalı Ayrımcılığın Kadınlar Açısından Değerlendirilmesi**

Estetik emeğin hizmet sektörünün analizinde yararlı bir boyutu ön plana çıkardığı ve ayrımcılığa yol açtığı değerlendirmeleri yanında, estetik emek koşullarının kadının dışıl doğallığına dayandığı ve bunun sonucu olarak da görünümçülüğün daha çok kadın çalışanlar konusunda seçici olmada etkili olmasının beklenebileceği belirtilmektedir (Warhurst vd., 2012; 73).

Özellikle görünüm standartla-

rının ve gerekliliklerinin kadınlara yönelik olumsuz sonuçlarının daha fazla olduğu belirtilmektedir (Cavico vd., 2013; 111). Benzer şekilde Corbett de görünüme dayalı ayrımcılığın, erkeklere göre kadınlar açısından daha önemli bir konu olduğunu belirtmektedir (2011; 625). İşyerindeki, özellikle iyi görünme ve çekici olma gibi standartlar kadınlar üzerine daha fazla sorumluluk yüklemektedir (Steinle, 2006; 296). Kadınların çekiciliği hakkındaki değer yargıları, beklentiler ve kalıp yargılar kadınlar üzerinde orantısız bir yük oluşturduğunda, kadın davranışı ve değeri hakkındaki inançları ve dişilik imajı hakkındaki kalıp yargıları güçlendirmektedir. Bunun sonucu olarak da, görünüm standartları, kadının ekonomik durumu, sosyal iyilik hali ve onun özsaygısı üzerinde olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Mahajan, 2007; 173). Örneğin, televizyon endüstrisinde kadınlar ve erkekler görünümüne dayalı olarak değerlendirilirken, bu standartların kadınlar için daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Mahajan, 2007; 191). Görünüm ve estetiğe ilişkin standartların, toplumdaki egemen grupların ideallerini yansıttığı da dikkate alındığında, estetik emek temelinde kadın çalışanlara yönelik ayrımcılığın kaynakları da daha iyi anlaşılabilir ve yine ağırlıklı olarak kadınlar üzerinden şekillenen yeni bir ayrımcılık türü be-

lirginleşmektedir. Gerçekten de, dünyada fiziki özellikleri üzerinden ayrımcılığın yasa dışı kabul edildiği tek ülke olan Avustralya'da Eşit Fırsatlar ve İnsan Hakları Komisyonu, görünümçülüğe dayalı şikayetlerin ağırlıklı olarak kadınlar tarafından yapıldığını belirtmektedir (Warhurst vd., 2012; 85).

Estetik emek ağırlıklı olarak dışı bir edimselliğe dayanmaktadır (Warhurst vd., 2012; 85). Bunun anlamı, kadın çalışanlar sözkonusu olduğunda dişilikle birleştirilmiş bazı estetik standartlarının belirlenmesi ve kadın çalışanların bu standartlar çerçevesinde değerlendirilmeleridir. Örneğin, hostesler üzerinde yapılmış bir araştırmada, dişilik üzerinden belirlenen estetik kodların, hosteslerin işe alınması, eğitimi ve gözetimi gibi süreçlerle çeşitli şekillerde kendini gösterdiği belirlenmiştir. Bir işe alım görüşmesinde, görüşmecilerin kadın bedenini potansiyel bir estetik eser olarak dikkatle inceledikleri ve bazı hostes adaylarının çeşitli gerekçelerle eğitim programlarına dahil edilmediği ortaya çıkmıştır. Bu gerekçeler; çok yaşlı olmaları, ciltlerinin yıpranmış görünmesi, saçlarının çok kısa, çok karışık ya da çok sade görünmesi, tırnaklarının çok kısa olması, duruşun zayıf olması, hantal ve dolgun bacaklara sahip olmaları gibi sıralanabilmektedir. Bunun yanında boy ve kilo oranına dikkat edildiği ya da dişlerin yüzün

yapısına göre çok ön planda olması gibi ayrıntılara inildiği de belirtilmektedir (Hancock ve Tyler, 2000; 118). Özetle, hosteslerden kendi dışı doğalarında var olduğu düşünülen estetik role uygun performans sergilemeleri beklenmekte, bunu gerçekleştiremeyenlerin ise yönetsel bir müdahaleye maruz kaldıkları görülmektedir. Bu rolün gereklerini yerine getirebilmeleri için, estetize edilmiş bir örgütsel beden görünüşüne ulaşmaları ve bunu sürdürmeleri gerekmektedir (Hancock ve Tyler, 2000: 125-126).

### **Sonuç**

Estetik emek olgusu çalışan birey üzerinde yeni bir kontrol sahası olarak literatüre nispeten yeni girmiş, fakat buna karşılık oldukça geniş bir araştırma alanı ile yaygın bir literatür oluşturmuştur. Estetik emeğin bireyin bedenselliği ve görünümü üzerinde gündeme getirdiği yeni gereklilik ve standartlar, çalışma alanına ve işin niteliğine göre değişip çeşitlenebilmektedir. Fakat bu noktada, hangi iş olursa olsun hizmet sektöründe müşteri ile karşı karşıya kalınan herhangi bir çalışma sürecinde, çalışanın bedeninin kâr güdüsü ile metalaştırılması ön plana çıkan özellik olmaktadır. Belirli bedensel özelliklere sahip bireylerin iş olanaklarının daha geniş olduğu hizmet sektöründe daha kolay iş bulabilmeleri, yükselebilmeleri ve hatta daha yüksek üc-

ret elde edebilmeleri sözkonusu olmaktadır. Bu durum doğal bir biçimde çalışanlar arasında bir ayrımcılığın gündeme gelmesine yol açmaktadır. Literatürde görünüm-cülük olarak adlandırılan bu ayrımcılık türü yasal olarak tanınması zor kabul edilen bir nitelik taşımasına rağmen, açık bir şekilde ayrımcı uygulamalara yol açmaktadır.

Estetik emeğin kadınlar çalışanlar açısından ise daha özellikli bir duruma işaret ettiği görülmektedir. Kadının dişiliğinin doğal bir sonucu olarak görülen estetik duruş, ondan beklentileri yükseltmekte ve bu durum çalışma sürecinde kadın açısından şartların daha da ağırlaşmasına neden olmaktadır. Gerçekten de, kadınlar çalışanların aynı işi yapan erkek çalışanlara göre görünümlerine,

hâl, hareket ve tavırlarına daha fazla dikkat etmeleri gerekmekte ve kadın çalışanların bir çalışma sürecinden dışlanması veya daha olumsuz koşullara maruz bırakılması noktasında birbirinden çok farklı nedenler ileri sürülebilmektedir. Adeta kadının doğuştan getirdiği ve üzerinde kendi kontrolünün olamayacağı saçının yapısı, yüzünün yapısı, ses tonu gibi bedensel özellikleri nedeniyle değerlendirilmesi ve bu çerçevede kendisine iş olanaklarının sunuluyor olması, ayrımcılığın belki de en acımasız biçimini ortaya çıkarmaktadır. "Doğuştan güzel" olan kadınların çalışma hayatında en iyi fırsatlarla karşılaşmaları için karşılaşılan yaygın kabul de, bunu destekleyen bir nitelik taşımaktadır.

## KAYNAKÇA

- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgment of taste* (R. Nice, Trans.) Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Butler, C., (2014). "Wanted-straight talkers: stammering and aesthetic labour", *Work, Employment and Society*, 28(5): 718-734.
- Cavico, F.J., Muffler, S.C., ve Mujtaba, B.G., (2013). "Appearance discrimination in employment Legal and ethical implications of lookism and lookphobia", *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 32(1):83-119.
- Corbett, W.R., (2011). "Hotness Discrimination: Appearance Discrimination as a Mirror for Reflecting on the body of Employment-Discrimination Law", *Catholic University Law Review*, 60: 615-660.
- Çetin E. (2009). "Çalışma yaşamında bedenini değişen görünümü", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(1): 73-83.
- Ghodrati Z., Joorabchi TN., ve Muati, A., (2015). "The Influence of Globalization on "Lookism" in Workplace Environments of Different Cultures", *Global Media Journal*, 12(24):1-13.
- Grugulis, I., Warhurst, C. ve Keep, E. (2004) 'What's happening to skill? In Warhurst, C., Grugulis, I., and Keep, E. *The skills that matter*, Basingstoke: Palgrave MacMillan.
- Hancock, P., Tyler, M., (2000). "The Look of Love: Gender and the Organization of Aesthetics" içinde Hassard, J., Holliday, R., Willmott, H., (Edt.), *Body and Organization*, Sage Publication, 109-129.
- Karlsson J.C. (2011). "Looking Good and Sounding Right: Aesthetic Labor", *Economic and Industrial Democracy*, 33(1):51-64.
- Korczynski, M., MacDonald, C.L., (2009). "Critical Perspectives on Service Work" içinde MacDonald, C.L., Korczynski, M., (2009). *Service Work Critical Perspective*, Routledge.
- MacDonald, C.L., Merill D., (2009). "Intersectionality in the Emotional Proletariat" içinde MacDonald, C.L., Korczynski, M., *Service Work Critical Perspective*, Routledge.
- Mahajan, R., (2007). "The Naked Truth: Appearance Discrimination, Employment, and the Law", *Asian American Law Journal*, 14: 165-203.
- Nickson, D., Warhurst, C., Witz, A. ve Cullen, A-M. (2001) 'The importance of being aesthetic: work, employment and service organisation' in Sturdy, A., Grugulis, I. and Willmott, H. (ed.) *Customer Service: empowerment and entrapment* Basingstoke: Palgrave.
- Nickson, D., Warhurst, C. ve Dutton, E. (2005) 'The Importance of Attitude and Appearance in the Service Encounter in Retail and Hospitality', *Managing Service Quality*, 15(2): 195-208.
- Steinle, A., (2006). "Appearances and Grooming Standards as Sex Discrimination in the Workplace", *Catholic University Law Review*, 56(1):261-296.
- Trethewey, A. (1999) 'Disciplined bodies: women's embodied identities at work' *Organization Studies* 20(3):423 - 450.
- Thompson, P., Warhurst, C. ve Callaghan, G. (2001) 'Ignorant Theory and Knowledgeable Workers: Interrogating the connections between knowledge, skills and services' *Journal of Management Studies* 38 (7): 923 - 942.
- Vo, L. T. (2002) 'A More Attractive Look at Physical Appearance-based Discrimination: Filling the gap in Appearance-Based Anti-Discrimination Law', *Southern Illinois University Law Journal* 26: 339-59.
- Warhurst C., Nickson D., Witz A., ve Cullen A., (2000). "Aesthetic Labor in interactive service work: some case study evidence from the "new" Glasgow", *Service Industries Journal*, 20(3):1-18.
- Warhurst C., Nickson D. (2007a). "A new labour aristocracy? Aesthetic labour and routine interactive service", *Work, employment and Society*, 21(4): 785-798.
- Warhurst C., Nickson D. (2007b). "Employee experience of aesthetic labour in retail and hospitality", *Work, employment and Society*, 21(1): 103-120.
- Warhurst C., van den Broek D., Hall R., ve Nickson D., (2009). "Lookism: The New Frontier of Employment Discrimination?", *Journal of Industrial Relations*, 51(1): 131-136.
- Warhurst, C., Nickson, D., (2009). "Who's Got the Look? Emotional, Aesthetic and Sexualized Labour in Interactive Services", *Gender, Work & Organization*, 16(3): s.385-404.
- Warhurst C., van den Broek D., Nickson D., ve Hall R., (2011). "Heads, Hearts and now Bodies: Employee Looks and Lookism at Work" içinde Wilkinson A. (Edt.), *The Future of Employment Relations*, Palgrave Macmillan.

- Warhurst C., van den Broek D., Hall R., ve Nickson D., (2012). "Great expectations: gender, look and lookism at work", *International Journal of Work Organisation and Emotion*, 5(1):72-90.
- Williams C.L., Connell C., (2010). "Looking Good and Sounding Right: Aesthetic Labor and Social Inequality in the Retail Industry", *Work and Occupations*, 37(3): 349-377.
- Witz, A., Warhurst, C., ve Nickson, D. (2003). "The Labour of Aesthetic and the Aesthetics of Organization", *Organization*, 10(1): 33-54.