

## Çalışma Hayatında Estetik Nitelikler Neden Önemlidir?

Kadmos ve Harmonia'nın Tebai'deki düğünlerinde söylenen, Teognis ve Euripides gibi sonraki dönem ozanlarının şiirlerinde sıkça tekrarlanan güzellikle ilgili nakaratlar güzelliğe verilen önemin geçmişten günümüze korunduğunu göstermektedir (Eco, 2016: 37). Güzellik kavramı, bir nesnenin özünde haz ve estetik beğeni duygusu oluşturan özelliği olarak tanımlanmaktadır. Görme ve işitme duyuları yoluyla hoş giden, hayranlık uyandıran biçim ve ölçülerin meydana getirdiği uyumlu bütün insanda estetik beğeni duygusu meydana getirmektedir (Cevizci, 1999: 391).

Kökleri insanlık tarihi kadar eski olan estetiğin çalışma hayatına yansması ve örgütsel alanda önem kazanması yakın tarihlere rastlamaktadır (Seçer, 2016: 38). Marka imajına önem veren ve müşterilerle yüz yüze iletişimi içeren işletme çevrelerinde işverenler çalışanlarından ve adaylardan belirli estetik nitelikler beklemektedir (Dashper, 2013: 142).

Özellikle müşteri memnuniyetinin marka imajını önemli ölçüde etkilediği hizmet sektöründe işletmeler, çalışan ve müşteri etkileşiminin gerçekleştiği hizmet sunumunu yönetme noktasında farklı ve karmaşık sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Sorunların çözümünde insan kaynakları uygulamaları öne çıkmaktadır. Hizmet sektöründe meydana gelen bu tarz değişimler ve sorunlar çalışanların işe alınması, eğitimi, yönetilmesiyle ilgili uygulamalara yeni yaklaşımların geliştirilmesini gerektirmektedir (Warhurst, v.d., 2000: 3).

Günümüz çalışma hayatında çalışanın teknik becerileri pek çok iş için yeterli görülmemektedir. Teknik beceriler, yabancı dil, bilgisayar programlarını kullanabilme gibi işverenlerin adaylarda aradığı pek çok niteliğin yanında yumuşak becerilerle ilgili taleplerin arttığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bu gibi talepleri yerine getirebilmek, belli beceriler gerektirmektedir (Burns, 1997: 240). Yumuşak beceriler (soft skills) çerçevesinde gelişen tüm tartışmalar, müşteriler ile kibar, anlayışlı duyarlı iletişim kurabilmeye ilişkin becerileri içeren sosyal becerilere odaklanmaktadır. Çalışanların ürünleri bedenselleştirmelerine bağlı politikaların kazandığı önemle birlikte, yumuşak becerileri sadece daha sonra ifade edilecek olan duygusal emek ile açıklamak yetersiz kalabilmektedir. Çalışanlar artık sadece tutumlarına ilişkin yumuşak becerilere değil aynı zamanda iyi görünme ve doğru konuşma becerilerine de sahip olmak durumundadırlar (Nickson, Warhurst ve Dutton, 2005: 195-196). Estetik nitelikler, çalışanların sahip olduğu görsel, işitsel ve davranış bileşenlerinden oluşmaktadır (Wu, 2020). Özellikle

hizmet sektöründe estetik niteliklere sahip çalışanların müşteri memnuniyetini olumlu etkilemesinin bu nitelikleri gelecekte daha da önemli hale getireceği görülmektedir.

### **Kaynakça**

Eco, Umberto: Güzelliğin Tarihi, Çev. A. Cevat Akkoyunlu, İstanbul, Doğan Yayıncılık, 2016.

Cevizci, Ahmet: Paradigma Felsefe Sözlüğü, 3.bs., İstanbul, Paradigma Yayınları, 1999.

Dashper, Katherine L.: “The “Right” Person for the Job: Exploring the Aesthetics of Labor Within the Events Industry,” Event Management, C. XVII, No: 2, 2013, pp. 135- 144.

Seçer, Şebnem H.: “Estetik Emek: Çalışan Kadınlara Yönelik Ayrımcılığın Yeni Görünümü,” Karatahta İş Yazıları Dergisi, No: 5, Ağustos 2006, pp. 37-50.

Warhurst, Chris, Dennis Nickson, Anne Witz, A. Marie Cullen: “Aesthetic Labor in Interactive Service Work: Some Case Study Evidence From The ‘New’ Glasgow,” Service Industries Journal, C.XX, No: 3, Temmuz 2000, pp. 1-18.

Burns, Peter M.: “Hard-skills, Soft-skills: Undervaluing Hospitality’s ‘Service with a Smile’,” Progress in Tourism and Hospitality Research, C. III, No: 3, 1997, pp. 239- 248.

Nickson, Dennis, Chris Warhurst, Eli Dutton: “The Importance of Attitude and Appearance in The Service Encounter in Retail and Hospitality,” Managing Service Quality, C. XV, No: 2, 2005, pp. 195-208.

Wu, Laurie, Ceridwyn A. King, Lu Lu, Priyanko Guchait: “Hospitality Aesthetic Labor Management: Consumers’ and Prospective Employees’ Perspectives Of Hospitality Brands,” International Journal of Hospitality Management, C. LXXXVII, Mayıs 2020, pp. 1-11.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan
Dr. Öğr. Üyesi Fatma Zehra YILDIZ Koordinatör Yardımcısı	Dr. Öğr. Üyesi Emine ATALAY Koordinatör	Dr. Öğr. Üyesi Emine ATALAY Koordinatör