



Toplumsal Cinsiyet Yansımalarıyla İş Yerinde Kadın Çalışanların Giyim Tercihleri

Ela Burcu UÇEL¹, Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ², Zeynep ÖZDAMAR ERTEKİN³, Bengü Sevil OFLAÇ⁴

Özet

Toplumsal cinsiyet rollerinin ve beklentilerinin çalışan kadınlar üzerinde etkisini gösterdiği alanlardan birisi de giyim tercihleridir. Kadınların giyim ve görünümünü düzenlerken dikkat ettikleri unsurların neler olduğunu araştırmayı amaçlayan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış ve 16 beyaz yakalı kadın çalışandan derinlemesine görüşmeler aracılığıyla veri toplanmıştır. Çalışmada elde edilen sonuçlar kadının iş yeri giyimine dair toplumsal ve örgütsel beklentiler; iş yeri giyimi üzerinden cinsiyet ayrımcılığı ve iş yeri giyiminin kadın üzerindeki etkileri şeklinde gruplandırılmıştır. Sonuçlar genel olarak iş yerinde kadın çalışanların giysi tercihlerinin toplumsal cinsiyet rollerine dair beklentilerle şekillendiğini veya şekillendirildiğini, kadınların iş yerlerinde giyimleri söz konusu olduğunda çoklu dengeleri gözetmek durumunda kaldığını ve giyimleriyle sürekli denetim altında hissettiklerini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Cinsiyet, İş yeri Giyimi, Kadın Çalışan, Tokenizm, Yengeç Sepeti

Jel Kodu: M14, M10, M12

Workplace Dress Choices of Women and the Role of Gender Expectations

Abstract

Workplace attire choice is one of the contexts where gender roles and expectations influence working women. The current study aimed to explore the factors that working women take into consideration when deciding what to wear to work. A qualitative research design is used due to the exploratory nature of the study, and in-depth interviews with 16 white collar women were conducted. Findings can be grouped under three main themes: social and organizational expectations about women's workplace attire, gender discrimination in the workplace based on attire, and the influence of workplace attire on women. The results verify that women's workplace dress preferences are shaped by gender expectations; women have to keep a multiple-faceted balance about their workplace attire, and they feel themselves under constant control in terms of what they wear in the workplace.

Keywords: Gender, Workplace Attire, Female Employees, Tokenism, Crabs in a Bucket

Jel Codes: M14, M10, M12

ATIF ÖNERİSİ (APA): Uçel, E. B., Sürgevil Dalkılıç, O., Özdamar Ertekin, Z., Sevil Oflaç, B. (2023). Toplumsal Cinsiyet Yansımalarıyla İş Yerinde Kadın Çalışanların Giyim Tercihleri. *İzmir İktisat Dergisi*. 38(4). 951-968. Doi: 10.24988/ije.1274840

¹ Yarı zamanlı öğretim görevlisi, Dr., İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, İzmir, Türkiye, **EMAIL:** elaburcy@yahoo.com, **ORCID:** [0000-0001-7210-9476](https://orcid.org/0000-0001-7210-9476)

² Prof. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İzmir, Türkiye. **EMAIL:** olca.surgevil@deu.edu.tr, **ORCID:** [0000-0002-7667-8104](https://orcid.org/0000-0002-7667-8104)

³ Dr. Öğretim Görevlisi, İzmir Ekonomi Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Bölümü, İzmir, Türkiye, **EMAIL:** zeynep.ertekin@ieu.edu.tr, **ORCID:** [0000-0002-7365-5708](https://orcid.org/0000-0002-7365-5708)

⁴ Prof. Dr., İzmir Ekonomi Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Lojistik Yönetimi Bölümü, İzmir, Türkiye, **EMAIL:** bengu.sevil@ieu.edu.tr, **ORCID:** [0000-0002-8617-4284](https://orcid.org/0000-0002-8617-4284)

1.GİRİŞ

Toplumsal cinsiyet rolleri, beklentileri ve cinsiyetçi önyargılar, kadının bedenini nasıl taşıdığını, görüntüsünü nasıl oluşturduğunu ve kontrol ettiğini, bunun yanı sıra davranışlarını, jest ve mimiklerini ve konuşmasını şekillendirmektedir. Kadın, bedenini toplumsal beklentilere göre disipline etmeye çocuk yaşta başlar (Young, 1990). Kadınlık kuralları, diğer bir deyişle, giyim kuşam, yüz ifadesi, davranış ve beden şekline dair beklentiler, görseller vasıtasıyla kadınlara öğretilmekte ve örnek gösterilmektedir (Bordo, 1989). Bartky (1997) üç farklı uygulamayla kadın bedeninin disipline edildiğini söylemektedir: *spor ve diyet ile onaylanan ideal görünüme ulaşma; jest, mimik, davranış ve sözsüz iletişimi dikkatle kontrol etme ve yönetme ve son olarak saç modeli ve makyaj gibi yöntemlerle bedeni süsleme*. Böylelikle kadın, hayatını disipline edici, panoptik eril bir bakışı kabul edip içselleştirerek ve sürekli başkaları tarafından görüldüğünün farkında olarak yaşamaktadır (Bartky, 1988).

Giysi de kadının toplumsal beklentiler ve disipline edici bakışla yüzleştiği noktalardan birisidir. Karaçizmeli vd. (2017: 427)'ne göre; *“Sosyal alanda ayakta kalma mücadelelerinde bedenin sunulmuş biçimi, otorite ve itaat bağlamında bedenin giydirilmesi, işlenmesi ve sunumu önemli yer tutmaktadır.”* Evde, sosyal yaşamda ve iş yaşamında kadının giymesi gerekenler ve kadından giymesi beklenenler toplumsal cinsiyet anlayışı ve kültürel kodlarla belirlenmiştir. Temelde giysinin işlevi kadın ya da erkek ayrımı olmaksızın önemlidir. Kişinin giydikleri başka insanlarca nasıl algılandığını ve onlar üzerinde nasıl bir izlenim yarattığını etkilemektedir. Goffman (1959) kişinin giysi tercihlerini ve o giysiyi taşıyışını bir performans olarak nitelendirir. Giysi kişinin sosyal kimliğini belirginleştiren bir semboldür (Karl vd., 2017); bununla beraber kişinin üstlendiği rolleri gösterme gibi bir fonksiyonu da vardır (Piacentini ve Mailer, 2004; Ericksen ve Sirgy, 1992). Giysi başkalarının kişiye dair yargılarını şekillendirmekte rol oynadığı gibi karşı tarafa kişiyle ilgili bilgi de verir (Bem, 1972; Kwon, 1994; Kwon ve Jphson-Hillery, 1998).

Bununla beraber kadınların giysi ile ilişkilerinin erkeklerden farklı olduğu ifade edilmektedir: Alsop (2021) kadınların görünüşleri ile benzersiz bir ilişkileri olduğunu belirtir. Bu benzersiz ilişkide giysinin önemli bir rolü vardır. Kadınlar giysi ile daha çok ilgilenmekte (Solomon ve Scholper, 1982) ve görünüşlerini planlamak/korumak için daha fazla zaman harcamaktadırlar (Abbey vd., 1987). Bunlara ek olarak, kadınların görünüşleri sebebiyle olumsuz etkilenme ihtimalleri göreceli olarak daha yüksektir (Kwon, 1994).

Giysi örgütsel bağlamda, yani iş yerinde de öne çıkmaktadır. Kişi giyimini profesyonel imajının inşasında kullanır (Frith ve Gleeson, 2004; Goffman, 1959). Çalışanın giydikleri diğer kişilerin onu nasıl değerlendirdiğini etkilemekte ve müşterilerin kurum hakkındaki yargılarını da şekillendirmektedir (Johnson vd, 2002; Peluchette ve Karl, 2007). Bu sebeple bazı kurumlar iş yeri giyimine dair açık kurallar koyarak (giyim kodu) arzu edilir bir kurumsal imaj ve kurum kültürü oluşturmaya çalışmakta; bazı kurumlar da giyim tercihini kişinin kararına bırakmaktadır (Rafaelli vd. 1997; Liston, 2008). Giyim, sadece başkalarını etkilemekle kalmaz, kişinin davranışlarına, kendisini algılayış biçimine, üstlendiği iş rolündeki performansının etkinliğine dair düşüncesine de tesir eder (Karl vd, 2013; Kwon, 1994).

İş yeri giyiminin toplumsal cinsiyet bağlantısı olduğu gibi, kadının bedenini örgütsel bağlamda nasıl görünür kıldığının maddi sonuçları da bulunur. Profesyonelliğin gerektirdiği belirli bir tip kadınlıktan bahsedilmektedir (Trethewey, 1999). Toplumun kadına atfettiği özellikler olan *bakım verme, pasiflik ve bağımlılık* örgütsel bağlamda yetkinlikle bağdaşmamakta, bu nedenle kadın yetkin olduğunu ispat etmek için *“erkeksileşme”* mecburiyeti hissetmektedir (Tarvis, 1992). Bu, kadının iş yeri giyim seçimlerine de yansır. Ancak Garber’a (1992) göre kadın fazla erkeksileştiğinde bunun da *“bedelini ödemektedir”*; *“daha az etkin”* olduğu düşünülmekte, olumsuz olarak

değerlendirilmekte (Haccoun ve Sallay, 1978), tehdit olarak görülmekte (Eagley, Makhijani ve Klonsky, 1992) ve aynı düzeydeki mesai arkadaşlarından kabul görmemektedir. (Bradley, 1980).

Solomon ve Scholper (1982)'a göre hem kadınların ve hem de erkeklerin giysilerinin uygunluğu performanslarının kalitesini ve modlarını etkiler; ancak kadınlar, giysinin üstlendikleri iş rollerindeki başarılarına etkisini erkeklere kıyasla daha çok önemser. Bu sebeple kadın iş yerinde *uygun görünüme* sahip olmak için ciddi bir zihinsel ve fiziksel çaba harcamaktadır. Peluchette vd. (2006) bunu "görünüm emeği" olarak adlandırır. Benzer şekilde "estetik emek" kavramı da Warhurst vd. (2000) tarafından tanımlanarak literatüre girmiştir. Warhurst ve Nickson (2007), estetik emeğe yönelik talepleri "iyi görünmek ve doğru konuşmak" şeklinde ifade etmişlerdir.

Giyime ilişkin beklentiler ve kurallar, kültürden etkilendiği için ülkeler arasında farklılık gösterir. Türkiye'de iş yeri giyimine dair yapılan araştırmalarda yöneticilerin çalışanlardan daha resmi giyinmelerinin beklendiği, hiyerarşik basamağa göre uygun bulunan giyim tarzları ve renk seçimleri olduğu görülür (Kılınçarlan, 2011; Koca ve Koç, 2008; EmReuters/Ipsos, 2010). İş dünyasında genel kabul gören giyim resmi, pozisyona uygun, mütevazı, düzgün, temiz ve ütülü olduğu; ayrıca ayakkabı, tırnaklar, saç ve erkeklerde sakal-bıyık gibi unsurlara dair de beklentiler olduğu anlaşılmaktadır (O'Neil, 2010). Kadınların, iş yeri kültürüne daha uygun olduğunu düşündükleri için muhafazakâr giyinmeyi tercih ettikleri ve elbiselerinde daha resmi algılanan siyah ve lacivert gibi renkler kullandıkları da belirtilmektedir (Eryazıcı ve Çoruh, 2015; Gole, 1997). O'Neil (2010) Türkiye'deki resmi giyim kodlarının, özellikle memurlarda, "kadın bedenini inkâr eden ve erkek bedeninden farkını gizleyen" şekilde olduğunu belirtir (O'Neil, 2010).

Türkiye'de kadın çalışanların iş yeri giyimine dair seçimleri, giyim tarzı (klasik, spor ya da muhafazakâr giyim) ve renk bağlamında incelenmiştir (Gole, 1997; Koca ve Koç, 2008; O'Neil, 2010; Kılınçarlan, 2011; Eryazıcı ve Çoruh, 2015). Bu çalışmada ise, giysinin kişinin sosyal ve profesyonel kimlik inşasındaki rolünden yola çıkarak toplumsal cinsiyet kabullerinin kadın çalışanların iş yeri giysi seçimlerine etkisini incelemek amaçlanmaktadır. Araştırmada ayrıca kadınların iş yeri için günlük giysi seçimlerine etki eden unsurlar ve özellikle kadına uygun görülen giyim tarzlarının bu seçimdeki rolünü anlamak hedeflenmektedir.

2.YÖNTEM

Çalışmada, kadın çalışanların iş yeri giysisi seçimlerini nasıl yaptıklarına ve bu süreçte etkin olan unsurlara dair bir anlayış geliştirmek hedeflendiği için nitel bir araştırma tasarımı tercih edilmiştir. Nitel araştırma bir olayı kendi doğal ortamında betimlemekte ve hayata yaşandığı şekliyle, öznel bir bakışla bakmaktadır (Lowhorn, 2007). Bu sebeple çalışan kadınların iş yeri için yaptıkları giysi seçimlerine ve bu seçim sürecine dair derinlemesine bir anlayış geliştirmek için uygundur. Araştırma kapsamında çalışan kadınlarla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmeler, sınırlı sayıda katılımcıdan incelenen konu hakkında zengin bilgi edinebilmeyi sağlamaktadır (Curtisa vd., 2000).

Araştırma, çevrimiçi görüntülü görüşmeler aracılığıyla, Türkiye'nin farklı şehirlerinde yaşayan, 29-48 yaş arasında 16 beyaz yakalı kadın çalışanla yürütülmüştür. Bu çalışanlar, Karasar'ın (2011) belirttiği üzere, araştırma evreninden belirli kurallara uygun olarak seçilmiş ve o evreni temsil yeterliliği kabul edilmiş bir kümedir. Çeşitliliği sağlamak açısından katılımcıların farklı sektörlerden ve mesleklerden olmasına dikkat edilmiştir.

Katılımcılar araştırmanın amacı, içeriği ve toplanılan verinin gizliliği konusunda bilgilendirilmiş ve rızaları alınmıştır. Süreç boyunca katılımcıların tüm kimlik bilgileri saklı tutulmuş ve çalışmada katılımcıları temsilen rumuz kullanılmıştır. Derinlemesine görüşmelerde katılımcılara; "*İş hayatınızda kıyafetin önemi ve anlamı nedir? İşe giderken nasıl giyiniyorsunuz? Çalıştığınız iş yerinin*

belli bir kıyafet kodu var mı? Kıyafet seçiminizi neler ve kimler etkiliyor? Sizce giyim tarzınız işinizdeki başarınızı ve elde ettiğiniz sonuçları etkiliyor mu?" şeklinde sorular yöneltilmiştir. Her görüşmeyi takiben görüşme kayıtları deşifre edilerek yazıya dökülmüş ve araştırmacıların notlarının eklenmesiyle zenginleştirilmiştir. Veriler araştırma ekibi tarafından defalarca okunmuş, temalar ve kategoriler çapraz kodlama yapılarak belirlenmiştir.

Nitel araştırmalarda geçerlik ve güvenilirlik *sonuçların doğruluğu, araştırmacıların yetkinliği ve inanılabilirlik*la ifade edilmektedir (Krefting, 1991). Guba ve Lincoln'un *trustworthiness* (güvenilirlik) kavramı da bunu karşılamaktadır. Altın standart olarak adlandırılan kriterler *güvenilirlik, inandırıcılık, aktarılabilirlik ve onaylanabilirliktir* (Guba ve Lincoln, 1982). Bu çalışmada söz konusu kriterler aşağıdaki gibi karşılanmıştır.

İnanılabilirlik (credibility): Katılımcılarla uzun süreli etkileşim (prolonged involvement) kurulmuş ve katılımcı teyidi (member checking) alınmıştır (Holloway ve Wheeler, 1996).

Güvenilebilirlik (dependability): Çalışmada araştırmacı üçgenleme (triangulation) uygulanmış; verilerin toplanması, analizi ve yorumlamasında dört araştırmacı görev almıştır.

Doğrulanabilirlik (confirmability): Çalışmada ham veriler (görüşme ses kayıtları, araştırmacı notları); analiz edilmiş veri (bulgular); bulguların oluşumuna yön veren katılımcı ifadeleri, temalar ve kategoriler; çalışma sürecinde kullanılan yöntemler; çalışmanın amaçları mevcuttur. Onaylanabilirlik katılımcı ifadelerinden alıntılarla desteklenmektedir (Başkale, 2016; Lincoln ve Guba; 1985).

Aktarılabilirlik (transferability): Çalışmanın aktarılabilirliğini sağlamak için katılımcıların deneyimleri detaylıca sunulmuştur.

Verilerin analizinde ortak temalar içeren katılımcı ifadeleri, kategoriler ve alt kategoriler şeklinde gruplanmıştır. Çalışmanın bulguları aşağıda sunulmaktadır.

3.BULGULAR

Araştırmanın bulguları beyaz yakalı kadınların iş yeri için giysi seçimlerine etki eden unsurlara dair bir anlayış geliştirilmesine imkân sağlamaktadır. Katılımcı ifadelerinin analizi sonucu bulguları, *kadının iş yeri giyimine dair toplumsal ve örgütsel beklentiler; iş yeri giyimi üzerinden cinsiyet ayrımcılığı ve iş yeri giyiminin kadın üzerindeki etkileri* şeklinde üç ana başlık altında toplamak mümkündür (Bknz. Şekil 1. Kod Haritası).

Şekil 1: Kod Haritası



3.1. Kadının İş Yeri Giyimine Dair Toplumsal Ve Örgütsel Beklentiler

Katılımcı ifadeleri kadın çalışanın iş yeri giyimine dair toplumsal ve örgütsel beklentilerin çoklu olduğunu göstermektedir. Kadın çalışandan, eğer bir temsil makamında ise bu rolü nedeniyle şık, düzgün ve mütevazı giyinmesi, örgütteki rolü her ne olursa olsun kadınlığını saklayacak giysiler tercih etmesi ve cinsiyet kimliğinin örgütsel kimliğinin önüne geçmemesi beklenmektedir.

3.1.1. Temsil Rolü Nedeniyle Şık, Düzgün ve Mütevazı Giyinme Beklentisi

"Beklentiler bir takım elbise değil ama global bir şirketin önemli bir departmanında çalıştığım için bir beklenti olduğunu düşünüyorum. Geribildirimler alıyorum... bir kere önem verdiğimi, değer verdiğimi hissediyor insanlar. Bu şirket içi de olsa, şirket dışı da olsa öyle. Bir de özellikle erkek müdürlerle çalışıyorsanız, benim bu konuda tecrübem çok, kadın müdürlerle de çalıştım ama erkek müdürler gerçekten yanlarında şirketi ve kendilerini temsil eden bir kadının düzgün, temiz, çok iddialı olmasına gerek yok ama belirli bir kalitede giyinmesini daha çok tercih ediyor." CA

Katılımcı çalıştığı şirkete ve departmanının itibarına-imajına "uygun" giyinmesinin beklendiğini belirttiği gibi, aynı zamanda giyimini kendisinin pozisyonuna, departmanına ve şirketine "verdiği değer bir göstergesi" olarak da sembolize etmektedir. Ayrıca bu katılımcının deneyiminde erkek yöneticilerin böyle bir beklentiye daha çok sahip olduğu da görülmektedir. Katılımcı erkek yöneticilerin kadının şık, düzgün ve mütevazı giyinmesini o kadının gerek kendilerini gerekse şirketi "temsil" etme rolü ile ilişkilendirdiğini düşünmektedir. Alanyazın çalışanın örgütün yüzü olduğunu ve görsel temsiliyi yaptığını söylemektedir (Kelly, 2019). Katılımcı ifadesi bunu destekler nitelikte olmakla birlikte temsil beklentilerine toplumsal cinsiyet önyargı ve rollerinin de girdiğine işaret etmektedir. Kadından şık ama mütevazı giyinmesi beklenmektedir. Aktarılan metinde geçen

“çok iddialı olmasına gerek yok” ifadesi bunun bir göstergesidir. Dellinger (2002) giyim ve görünümüne dair kuralların mesai arkadaşları ile etkileşim içinde öğrenildiğini belirtmektedir. Başka bir deyişle, kadın çalışan iş yerinde etkileşim içinde nasıl görünmesi gerektiğini öğrenmektedir. Bununla birlikte işyerinde kadının giyim ve görünümüne dair beklentiler geleneksel toplumsal cinsiyet söylemlerini yeniden üretmektedir ve bu yeniden üretim sürecinin denetmeni de işverendir (Skidmore, 1999). Bu bulgu söz konusu söylemlerin işyerlerinde yeniden üretim yoluyla devamına dikkat çekmektedir.

3.1.2. Kadının Giyiminin Kadınlığını Saklaması Beklentisi

“Doçentlik sınavına giderken bana formal giyin dediler. Ben dedim ki olmaz benim bir tarzım var, ben tarzımla gideceğim, benim sınavda dikkatim dağılır, canım sıkılır kıyafetime, sınava konsantre olamam dedim, kaldım sınavdan... Cinsiyeti inkar eden bir şekilde giyinilmesi bekleniyor. Mesela takım elbise de giyebilirsin. (Sonraki sınavda) Lacivert takım elbise, beyaz gömlek, altına da anneanne tarzı boy topuklu ayakkabı giydim. Makyaj çok hafif yaptım. Saçlarımı da böyle topladım. Sanki kendimi çirkinleştirmek için giyinmişim. Aksesuar da kullanmadım. Bence cinsiyetin bastırılmasını da görmek istiyorlar. Seviyorlar bunu bir şekilde... Erkekler, kadınların nasıl giyinmesi, nasıl davranması, ne yapması gerektiği konusunda gayet kendilerini söz sahibi hiss ediyorlar.” CG

Katılımcı, mesleki bağlamı içinde bir saptama yaparak akademik kariyerinde önemli bir aşamada “kendine özgü tarzıyla” değil “daha erkeksi” bir giyim tarzıyla kabul gördüğünü ve bu şekilde pozisyona-mevkiye daha uygun değerlendirildiğini belirtmektedir. Katılımcının ifadesinde “cinsiyetin bastırılması” şeklinde belirtilen bu durum, aynı zamanda erkeklerin kadınlar üzerinde hakimiyet kurmalarının bir yolu olarak değerlendirilmektedir. İfadede sınavdaki jüri üyelerinin cinsiyeti belirtilmemiş olmakla birlikte bu “erkek egemen” anlayışın pozisyon ve meslek üzerinde etkisini hissettirdiği anlaşılmaktadır. Dellinger (2002) pek çok çalışan ve işveren için giyim kodlarının asexüel bir nötrlük beklentisi içerdiğini belirtmektedir. Katılımcının girdiği sınava dair yazılı bir giyim kodu olmamakla birlikte gayriresmi bir kodun mevcudiyeti ve bu koda uyulmayışının kişi için dezavantajlar yarattığı açıkça görülmektedir. Bartlett (1993) giyim ve görünümüne dair beklentilerin oldukça yaygın olduğunu belirtmekte ve zorunlu kuralların yokluğunda dahi devam ettiklerini ifade etmektedir. Bu tarz yazılı olmayan giyim gereklilikleri kadının benlik sunumunu başkasının yargısına yöneltmektedir. Bu, kadın için iş yerine uygun görünümün ve çekici görünümün ne olduğuna ve kadının ne zaman iş yerine uygun ne zaman çekici görüneceğine dair bir yargıdır (Bartlett, 1993). İşyeri ve ilgili diğer bağlamlarda kadın bedeninin uygunca kapatılmış ve erişilmez olması ve dişiliği ile dikkat dağıtmaması gerekmektedir (Bartlett, 1993). Dellinger (2002) giyimin kişisel bir seçim ve kişinin cinsiyetinin şahsi bir anlatımı olduğu fikrine rağmen cinsiyete dair kurumsal normları da gösteren bir anahtar işlevi gördüğünü ifade etmektedir. Dolayısıyla kadın çalışan, giyimin kendi şahsiyetini anlatma işlevini gördüğü kadar cinsiyetine dair kabuller, beklentiler ve normlarla da ilgili olduğunun farkındadır.

3.1.3. Cinsiyet Kimliğinin Profesyonel Kimliğin Gerisinde Tutulması Beklentisi

“Yürürken, oramın buramın açılmayacağı elbiseler tercih ettim. Degajemin görüneceği şeyleri tercih etmedim mesela. Çünkü gün içinde birçok insanla karşılaşıyorum. Onlara kadın kimliğimle değil tıbbi mümessil kimliğimle gitmeyi tercih ettim.” FA

Katılımcı; bedenini göstermeyen ve kıyafetini ön planda tutmayan bir giyim tarzının; işini yaparken daha rahat davranabilmeye, kadın kimliğinden daha çok mesleki kimliğini ve kendi kişisel özelliklerini ortaya çıkarmaya yardımcı olduğunu belirtmektedir. Katılımcının cinsiyet kimliğinin mesleki kimliğinin önüne geçmesini bir risk olarak algıladığı ve bu nedenle “ön planda olmayan bir

kıyafetle” daha mütevazı bir giyimi tercih ettiği ve böylece mesleki kimliğini koruduğu düşünülebilir. Katılımcı bu durumu aşağıdaki ifadesiyle de güçlendirerek açıklamaktadır:

“Birazcık daha dekoltesi olan birazcık daha göze batacak kıyafetler tercih ettiğinde yaklaşım değişiyor. Sanırım kadın olarak bu hepimizin yaşadığı bir şey. Bu anlamda ben o riske çok girmem. Çünkü kıyafetimle ya da fiziksel görüntümlle dikkat çekerek iş yapmayı sevmem. İletişime dayalı iş yapmak isterim. O nedenle kıyafet seçimimi de o şekilde yapmam, yaptığımda ne olacağını bilirim çünkü. (Ne olabilir?) Daha hafife alınabilirsin. Yani işinle ilgili bilgiden çok kadın kimliğiyle karşılaşırısın.” FA

Katılımcı cinsiyeti öne çıkaran “göze batacak” ve “görünümüyle dikkat çekecek” kıyafetler giyildiğinde, “hafife alınabileceğini” belirtmekte ve bu durumun sahip olduğu bilgi ve işin görünürlüğünü azaltacağını ifade etmektedir. Karaçizmeli vd. (2017) resmi giyimin iş yaşamında itibar sağlayan bir unsur olarak görüldüğünü belirtmektedir. Katılımcı ifadeleri bunu doğrulamakta ve toplumsal cinsiyet beklentilerine uygun olmayan, bedeni gösterir şekilde giyimin itibar kaybı yaratıp kişinin hafife alınmasına sebep olacağını ifade etmektedir.

Bir diğer katılımcı ise kadınların giyimleriyle göze batma olasılıklarının erkeklerden daha fazla olduğunu belirterek bu durumu kadınların erkeklere göre daha fazla giyim seçeneğine sahip olmasıyla açıklamaktadır.

“Kadında kıyafet seçeneği çok fazla ve kadının bunu daha etkili kullanma şansı daha yüksek diye düşünüyorum. Erkeklerde bu farklılığı yaratmak daha zor. Limitli; serbest kıyafet de giyinse daha dar bir alanda oynuyor gibi geliyor erkekler. Kadınlarda o farklılık, yenilikçi, “aaa ne güzel olmuş” algısını uyandırma fırsatı daha büyük gibi geliyor... İşte bu çeşitlilikten dolayı bence kadının maruz kaldığı risk de daha fazla. Erkeklerde “How bad can you be” yani (Ne kadar kötü olabilir ki!). Yani ne giyeceksin ki! Ama kadında şey oluyor, hani over dressed (abartılı giyim) veya çok ciddi bir toplantıda şurası göğsü çok açık, danteli çok fazla, fırfırı çok pelerin gibi falan oluyor. Kıyafet seçeneğinin çok olmasından ötürü daha uçlara gidebiliyorlar. O risk kadında daha fazla bence.” DDB

Katılımcı ifadesinde işyeri gardrobunun kadınlar için daha zengin olmasının kadına etki yaratma imkanı verebildiği gibi risk de yaratabileceğini belirtmektedir. Buna göre erkeklerin giyimi, hangi seçimi yaparlarsa yapsınlar “kötü” görülmemekte, ancak kadınlar için tercih edilen tarza göre değerlendirme olumsuz olabilmektedir. Bu durum, kadınların daha “kadınsı” kıyafetleri tercih etmelerinin “riskli” değerlendirildiğini de göstermektedir. Nitekim önemli bir toplantıda “göğsü çok açık, danteli çok fazla, fırfırı çok” gibi “daha kadınsı” olarak nitelendirilebilen kıyafetlerin “uygun” görülmediği ve “uç” olarak değerlendirilebildiği de görülmektedir. Burada risk olarak algılanan “kadınsı” giyimin kaynağı kadının kıyafet çeşitliliği ile açıklansa da, kadının iş yerinde kendisinden beklenen “abartılı olmayan”, “mütevazı” giyimin daha çok kabul gördüğü, yani toplumsal cinsiyet beklentilerinin devreye girdiği de anlaşılmaktadır. Bu bulgu O’Neil’in (2010) Türkiye’de iş yaşamında genel kabul gören giyimin mütevazı olduğu tespitini desteklemektedir.

3.2. İş Yeri Giyimi Üzerinden Cinsiyet Ayrımcılığı

Katılımcı ifadelerinin analizi, çalışan kadınların iş yerinde giyimleri üzerinden toplumsal cinsiyet ayrımcılığına uğradıklarını göstermektedir. Kadın, *toplumsal cinsiyet rollerine bağlı olan önyargılar ve kabuller sebebiyle iş yeri giyimine dair çeşitli beklentilerle karşılaşmak; token statüsü sebebiyle vitrin olarak görülmek; giyimi sebebiyle cinsel obje haline getirilmek ve örgütün diğer kadın üyeleri tarafından gıysisi üzerinden aşağı çekilmek gibi sonuçlarla karşılaşmaktadır.*

3.2.1. Toplumsal Cinsiyet Ayrımcılığının İş Yeri Giyimi Beklentilerine Yansımaları

İş yeri giyimi kadının toplumsal cinsiyet beklentileriyle karşılaştığı bağlamlardan birisidir. İş yerinde kadın için “uygun bulunan”, rolüne, makamına ve cinsiyetine “yakışan” giysiler, böylelikle giymesi ve giymemesi gerekenler, kültürel kodlar ve toplumsal cinsiyet rolleri anlayışı ile belirlenmiştir.

“Özellikle bizim sektörde çok az kadın olduğu için benden beklenen özen, erkeklerden beklenilmiyor. İşe uygun olmayan spor kıyafetle gelen erkek arkadaş hakkında evet konuşuldu ama bir Allahın kulu da gidip onu uyarmadı. Ona dikkat etmemişlerdir bile ama ben o şekilde gitseydim “Ay aman ne pasaklı kadın” derlerdi, dikkat çekerdin.” CA

“Cinsiyetçi ayrımcılık kesinlikle var. Bir erkek çok rahat canının istediğini giyebilir. Kimse de ona ‘ay ne kadar kokuş’, ‘ay bunu giymiş ne kadar da falan (demez)’...” SG

Katılımcı ifadelerinden erkeklerin giyim seçiminde kadınlara nazaran çok daha özgür oldukları ve kadınların giyiminin erkeklere kıyasla daha sıkı takip edilip, daha çok değerlendirildiği anlaşılmaktadır. Kadına atfedilen toplumsal cinsiyet rolleri sebebiyle kadınlara karşı daha eleştirel yaklaşıldığı ve giyimlerine daha çok özen gösterilmesinin beklendiği de görülmektedir. Kadın hiyerarşik düzende yükseldikçe giyimi “uygun” bulunmadığı zaman acımasızca eleştirilme olasılığı da artmaktadır (Pine, 2014).

3.2.2. Kadının Token Statüsü: Vitrin Olarak Görülme

Katılımcı ifadelerinden bazıları kadınların çalıştıkları kurumlarda token statüsünde olduklarını göstermektedir. Kanter’e (1977) göre “Tokenler cinsiyet, ırk, din, etnik köken ya da yaş gibi özellikleri nedeniyle grubun diğer üyelerinden farklılaşan kişilerdir”. Grubun baskın üyeleri, tokenlerin statüleri, davranışları ve kültürleri hakkında bir dizi varsayıma sahiptir (Kanter, 1977: 39). Kadın çalışan, erkek baskın kurumlarda, mesleklerde ve ataerkil anlayışın hâkim olduğu diğer başka bağlamlarda kendisini token statüsünde bulabilmektedir.

“Bizim sektör erkek yoğun. Enerji sektörü genelde böyle... Holding ile beraber bir toplantı vardı ve kalabalık bir toplantıydı, 20 kişi. Sadece müdürlerin olduğu bir toplantıydı. Öyle olduğu için hiç renk tercih etmedim çünkü çoğunluğun erkekten olduğu bir toplantıda herkes gömlek, ceket, kravat modundaydı... Erkek egemen olduğu durumlarda siyahı tercih ediyorsun...” SB

Yukarıdaki katılımcı ifadesinde kadının token statüsünü ve bu statü nedeniyle giysi seçimlerinin nasıl şekillendiğini görmek mümkündür. Kadın çalışan iş yerindeki baskın gruba ait hissedebilmek, aralarına karışabilmek, bazen de sadece göze batmamak için o gruba benzemeye, giyimi ve görüntüsü ile “erkeksileşmeye” çalışmaktadır.

“İş hayatında erkek egemen bir şirketteyim ve benim bütün paydaşlarım erkek. O yüzden genelde hep tek kadın katılıyorum toplantılara. Bunun böyle olmasından benim yöneticilerim çok memnun. Çünkü onlar kadın-erkek yönetici oranının- özellikle global şirketlerde- dengeli olmasından yana. Beni de burada bir vitrin gibi de kullanabiliyorlar. Böyle çok iltifat aldığım oluyor tabii “Bugün yine çok şıksınız” gibi.” CA

Katılımcı ifadesinde görüldüğü gibi, erkeklerin sayıca üstün olduğu çalışma ortamında kadının tek olması (token statüsü) giyimiyle birlikte, kurumda kadının varlığının ispatı şeklinde “vitrin olarak kullanılmasına” ve daha göz önünde kalarak giyimine dair yorumlara da açık olmasına neden olmaktadır.

3.2.3. Kadının Giyimi Sebebiyle Cinsel Objeye Haline Getirilmesi

Katılımcı ifadelerinden; kadınların dar, kısa, dekolteli, yüksek topuklu vb. giyim tercihlerinin toplumda “cinselliğini” ön plana çıkarmak şeklinde yorumlandığı anlaşılmaktadır. Bu tercihlere göre kadınlar; “farklı amaçları olan”, “hafif”, “seksi” gibi niteliklemlerle “cinsel objeye” şeklinde değerlendirilebilmektedir.

“Ben kadının biraz dekolte giydiğinde bir nevi sıkıntı olduğunu gördüm her zaman. Kadın yanlış değerlendirilebiliyor. Farklı amaçları var olarak değerlendirilebiliyor. Bu cinsiyetçi ayrımcılığa çok kez şahit oldum, çok kez kendi gözümle de deneyimledim.” SG

“Erkekliğin ön plana çıkması gibi bir durum söz konusu olmuyor. Kadında o kadınlığın çok ön plana çıktığı, çok seksi olmuş, mini eteği çok kısa, topuğu bu kadar giymiş gibi konular daha çok oluyor. ... Bu işte kadının o birazcık daha cinsel objeye veya o elementinin daha göz önünde olması mı, bilmiyorum ya da öyle yargılanmasından dolayı. Erkeklerde sen hiç duydun mu? “Öyle bir pantolon giymiş ki dardır, kalçası çok görünüyordu erkeğin. Öyle bir şey giymiş ki, çok ortadaydı.” Hiç konuşulmaz böyle bir şey yani konuşmayız.” DDB

Bu katılımcı ifadeleri Kanter’in (1977) token statüsündeki kadınlara yapılan stereotipik rol atamalarından birisi olan “cinsel objeye” nin iş yaşamındaki geçerliliğini de göstermektedir. İş yerine ve mevcut eril düzene ait olarak görülmeyen ve benimsenmeyen kadın, giyimi iddialı ya da beklenenden farklı olduğunda cinsel objeye rolüne uygun görülmemekte ve o şekilde konumlandırılmaktadır. Kadınlar bu rol atamasından kaçınmak için giysi seçimlerine fazladan özen göstermekte ve *panoptik eril bakışın içselleştirilmesi* olarak da adlandırıldığı şekilde (Bartky, 1988), aynada kendilerini eril bakışın gözünden inceleyerek “uygun görünüme” sahip olduklarından emin olmaya çalışmaktadır.

“Maalesef her ne kadar biraz yol kat ettiyse bile seksist bir toplumda yaşıyoruz. Dolayısıyla maalesef kadınlar bu tür bir değerlendirmede (giyim tarzının etkisinde) çok daha ön planda oluyorlar. Yani erkek, tamam ona da bakılıyor veya kritize ediliyor ama erkeğin nedense giyebilecekleri zaten birazcık daha sınırlı sayıda olduğu için maalesef bu konuda erkek daha avantajlı, daha geride kalıyor bu değerlendirmede. Nedense bayanlar çok daha göz önünde olduğu için ve seçenekler çok daha fazla olduğu için maalesef olumsuz etkilenmiş oluyor... Dolayısıyla kadınlar çok daha göz önünde ve çok daha fazla eleştiriye maruz kalıyorlar.” SG

Katılımcılar erkeklerin giyim tercihlerinin kadınlara yapıldığı şekilde yakından değerlendirmeye ve eleştiriye maruz kalmadığını da vurgulamaktadır. Erkekler “kendilerine ait” ve baskın oldukları bir bağlamda bulunmanın güveni ve rahatlığı içinde, eril bakışın gözetiminden de muafır.

3.2.4. Yengeç Sepeti: Kadının Diğer Kadını Giyimi Üzerinden Aşağı Çekmesi

Yengeç sepeti metaforu, kurumda aynı seviyedeki çalışanlar arasında görülen, öne çıkan ve başarılı olan çalışanın hedef alındığı, olumsuz tavır ve davranışlarla aşağıya çekilip, başarısına engel olunmaya çalışıldığı durumları ifade etmektedir (Bullock, 2013). Yengeç davranışı gösteren çalışan, mesai arkadaşını sabote ederek kendisine avantajlı bir durum sağladığını düşünmekte ya da “ben yapamıyorsam o da yapamasın” zihniyetiyle hareket etmektedir (Soubhari ve Kumar, 2014). Katılımcı ifadeleri, kurumlarda kadın çalışanlar arasında yengeç sepeti davranışına rastlandığını ve giyimin bir kadın çalışanı aşağı çekmek için kullanılabilirliğini göstermektedir.

“Kadınların değerlendirmesi daha acımasız... Kadınlardan biraz daha beklenti fazla. Çünkü daha meraklı olduğumuzu düşünüyorlar bence bu tarz konulara... O yüzden kadınların aralarında rekabet oluyor. Çünkü çok da böyle iddialı giyinirseniz bu sefer de ben mi müdürüm, o mu müdür gibi bir şey de olabilir. Ya da bütün iltifatları toplarsınız gibi de olabilir.” CA

“Bence bu konuda kadınlar çok zor durumdadır. Objektif bir şekilde söyleyebilirim ki ben de yargılıyorum. Benim gibi çalışan insanları görüyorum ve arada çok cüretkar kıyafet seçen çalışanlara daha az saygı duyuyorum mesela.” FA

“Nedense hem kadına kadın eleştiride bulunuyor, hem de erkekler eleştiride bulunuyor bu kıyafet konusunda.” SG

Katılımcılar, kadınların kendi aralarındaki rekabete işaret etmekte ve birbirlerini daha acımasızca eleştirdiklerini belirtmektedir. Kadınlar arasında giyim konusundaki değerlendirmelerin kaynağında, “pozisyonların” veya iltifatlar aracılığıyla alınan “övgülerin” dengelenmesi motivasyonunun yattığı da düşünülebilir. Yine yazılı olmayan “mütevazılık” kuralları gereği, “cüretkâr” giyim tercihlerinin daha az saygı ile karşılandığı da paylaşılmaktadır. Yengeç sepeti, kurumlarda azınlık ya da ezilen konumundaki grupların üyeleri arasında görülen ve hiyerarşi basamaklarını tırmanmakta olan üyenin hedef alınarak engellenmeye çalışıldığı davranış biçimidir (McPhail, 2010). Kadınların iş yaşamında yükselme şansı bulmalarının ne kadar zor olduğu ve ne kadar kısıtlı kaynaklara sahip oldukları düşünüldüğünde, nadir bulunan fırsat ve kaynaklar söz konusu iken rekabetçi ve zarar verici davranışların ortaya çıkması beklenilmeyen bir durum değildir.

3.3. İş Yeri Giyiminin Kadın Üzerindeki Etkileri

Çalışmanın bulgularından son ikisi iş yeri giysi seçimlerinin kadın çalışan üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Katılımcılar *giyimleriyle iş yerinde yetkin bir imaj yarattıklarını ve giysilerinin iş performanslarına ve kendi yetkinlik algılarına etki ettiğini* belirtmiştir.

3.3.1. Giyimin Çalışan Kadının “Yetkin” Bir İmaj Yaratma Sürecine Etkisi

“Bir kadın imajı oluşturma sürecinde giyim çok önemli. Orada sen kendini bedensel olarak mı ortaya koyacaksın, yaptığın işin ciddiyetiyle mi ortaya koyacaksın kısmını belirleyen şey kıyafet. Benim şu ana kadar çalıştığım müşterilerimin gözünde kıyafetim hiçbir zaman ön planda olmadı.” FA

“İyi giyimli bir çalışanla bir araya gelen çalışan ya da yöneticilerin algısı, o kişiye dair profesyonel bakış açısını oluşturuyor olabilir. O anlamda erkeklerin buna daha kolay ulaştığını ve daha az seçenikle kadınlara kıyasla bunu daha uzun süre sürdürebildiklerini düşünüyorum.” SG

Katılımcı ifadelerinde görüldüğü gibi, erkekler kadınlara kıyasla yetkin veya profesyonel olduklarını kanıtlamaya ve kanıtlarken giysilerden yararlanmaya daha az ihtiyaç duymaktadır. Erkeklerin profesyonel kimliklerini kadınlara kıyasla daha kolay kabul ettirdikleri ve bunu giyimin desteğine ihtiyaç duymadan daha kolay şekilde ve daha uzun süre korudukları belirtilmektedir. Ayrıca kadınların bedenini geri planda tutarak daha profesyonel bir görünüm sunması kendisini işin ciddiyetiyle ortaya koymasına denk görülmektedir. Alanyazın kişinin giysi seçimleriyle iş yerindeki profesyonel imajını inşa ettiğini belirtmektedir (Frith ve Gleeson, 2004; Goffman, 1959). Bu inşa sürecinde kadının doğru giysi seçimleri yapması onun işini ciddiye alan, profesyonel ve yetkinlikleriyle öne çıkan bir çalışan imajı yaratmasında önemli rol oynamaktadır. Yanlış giysi seçimi ise tersine kadının yetkinliklerinin azımsanmasına ve hafife alınmasına sebep olabilmektedir.

3.3.2. Giyimin Çalışan Kadının Ruh Haline Ve İş Yeri Performansına Etkisi

“İnsan o gün gerçekten iyi giyindiğine inanıyorsa kendini daha rahat hissediyor. Bir sunum yapacaksınız ya da parasal bir mevzu konuşacaksınız, bir kere diyelimki 10 kişilik o ortama girip de, o gözlerde kendinize dair bir parıltıyı gördüğünüz anda kendinizi çok daha güvenli hissediyorsunuz. Ve

orada anlatacağınız her şeyi kendinizden çok daha emin bir şekilde anlatıyorsunuz ve bence bu da birazcık o toplantıyı ve sonrasında kariyerinizin devamını etkiliyor". CA

Katılımcı; giyim tarzının başkalarının gözünde yarattığı etki aracılığıyla kendisini daha güvenli hissetmesine ve işini daha kendinden emin yapmasına yardımcı olduğunu belirtmektedir. Katılımcının bu ifadesi, giyimin başkalarının gözünde yarattığı etki ve izlenim aracılığıyla kişinin ruh halinde ve performansında yarattığı olumlu etkiyi destekleyen bir açıklamadır. Bu bulgu alanyazında Karl vd. (2013) ve Kwon (2004) tarafından belirtilen, giyimin kişinin kendisine dair algısına ve iş yerindeki performansının etkinliğine dair fikirlerine de etki ettiği saptamasını doğrulamaktadır.

4. SONUÇ

Butler (1990, 1993, 2004) kadının iş yeri bağlamında yaptığı giysi seçimlerinin onun profesyonelliği hakkında bir beyan olmakla kalmadığını aynı zamanda kadını heteroseksüel matriste ideal erkeklik ve kadınlık arasında bir yerde konumlandığını belirtmektedir. Gerçekten de iş yeri giyimi kadın için profesyonel kimlik inşasında önemli bir unsur olmakla kalmaz; kadın, giyimiyle kadınlığını ne derece gizleyeceğine ya da ne derece erkeksi görünmesi gerektiğine dair yazılı olmayan kural ve beklentilere de uyum sağlamaya çalışmaktadır. Buradaki açmaz, giyim seçimiyle fazla erkeksi görünüp yeterince kadın olmadığı yargısıyla karşılaşmak ya da fazla kadınsı görünüp profesyonel iş insanı imajına zarar vermektir (Gherardi ve Poggio, 2001). Kadın adeta tasarımında rol almadığı hatta kurallarının ne olduğunu tam olarak bilmediği bir oyunda oyuncu olarak yer almaya çalışmaktadır.

Araştırmanın bulguları, kadın çalışanın iş yeri giyimine dair yukarıdaki satırlarda ifade edilen çıkmazlarını açığa çıkarmaktadır. Beyaz yakalı kadınların ifadeleri, profesyonel hayattaki giyim seçimlerine dair tecrübelerinin üç ana başlık altında toplanabileceğini göstermektedir: *kadının iş yeri giyimine dair toplumsal ve örgütsel beklentiler; iş yeri giyimi üzerinden cinsiyet ayrımcılığı ve iş yeri giyiminin kadın üzerindeki etkileri*. Kadının iş yeri giyimine dair toplumsal ve örgütsel beklentilerin, eğer bir temsil makamında bulunuyor ise sık, düzgün ve mütevazı giyinmesi, örgütteki rolü her ne olursa olsun kadınlığını saklayacak giysiler tercih etmesi ve giysi seçimlerinde cinsiyet kimliğinin örgütsel kimliğinin önüne geçmesine müsaade etmemesi olduğu görülmektedir.

Öte yandan, kadın çalışanın iş yeri giyimi üzerinden cinsiyet ayrımcılığına farklı şekillerde maruz kaldığı anlaşılmaktadır: Kadın, toplumsal cinsiyet rolleri ve beklentilerinin iş yeri bağlamına yansımaları nedeniyle, iş yeri giyimine dair çeşitli beklentilerle karşılaşmaktadır. Azınlık olduğu iş bağlamlarında token statüsü nedeniyle *kadının varlığına dair bir kanıt* olarak kullanılıp adeta vitrinde sergilenmektedir. Kadınlığını öne çıkaran ya da uygun bulunmayan giysi seçimleri yaptığında cinsel obje olarak konumlandırılmakta ve iş yerinde “yengeç sepeti” metaforuyla açıklanan davranışlara maruz kalarak kurum mensubu diğer kadınlar tarafından giysisi nedeniyle aşağıya çekilmektedir.

Çalışmanın son bulgu grubu ise iş yeri giyiminin kadın çalışan üzerindeki etkisini göstermektedir. Katılımcılar giyimleri vasıtasıyla iş yerinde yetkin bir imaj yarattıklarını ve giysi seçimlerinin iş performanslarına ve kendi yetkinlik algılarına etki ettiğini belirtmiştir.

Bulguların büyük bölümü toplumsal cinsiyet rollerine dair beklentilerin ve ön yargıların iş yeri bağlamında geçerli ve güçlü olduğu gerçeğine işaret etmektedir. Kadın iş yerinde yetkinlikleri, becerileri, potansiyeli ve tecrübesiyle var olabilmek için toplumsal cinsiyet beklentilerine uygun şekilde “görünme” mecburiyeti içindedir. Kadın, kendisinden beklenildiği şekliyle giyinmekte, iş yerinde profesyonel bir varoluş sergilemesine engel olacak ya da arzu edilmeyen bir imaj yaratılmasına fırsat verecek giysi seçimlerinden dikkat ve özenle kaçınmaktadır. Toplumsal cinsiyet

beklentilerine meydan okuyan kadınların bizzat hemcinsleri tarafından yargılanıp giysi seçimleri konusunda bir norm kabülüne yönelttikleri de görülmektedir.

Bulguların sunduğu bir başka gerçek ise son yıllarda toplumsal cinsiyet eşitsizliğine dair artan farkındalık ve eşitliklerin sağlanması yönünde oluşan kamuoyu baskısının, bazı kurumları kısa yollara başvurmaya yönelttiğidir. Bu kurumlar iş yerinde toplumsal cinsiyet eşitliğini tesis edecek gerekli adımları atmak yerine, toplumsal cinsiyete duyarlı bir kurum imajı yaratmalarına olanak sağlayacak bazı “temsili değişimler” yapmaktadır. Kurumun temsil makamlarında ve yönetim kurullarında kadınları görünür kılmak ve kadını vitrin olarak kullanmak bu temsili değişimlere bir örnek olarak gösterilebilir.

Kadın iş yerinde çoklu dengeleri gözetmekte ve sürekli gözetlendiğinin bilincinde, varoluşunu daimi bir kontrole tabi tutmaktadır. Toplumsal cinsiyet rollerine dair beklentilerin, kadının azınlık olduğu kurumlarda daha geçerli ve güçlü olduğu da düşünüldüğünde; tüm iş bağlamlarında kadın temsilini arttırmak ve kurum kültürlerini toplumsal cinsiyete duyarlı olacak şekilde yeniden şekillendirmek gerekmektedir. Ayrıca yengeç sepeti davranışları, kadını vitrin ögesi veya cinsel obje olarak konumlandırma gibi, özellikle olumsuz olduğu görülen sonuçlardan kaçınmak için caydırıcı kurumsal ve insan kaynakları politikalarına ve uygulamalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abbey, A., Cozzarelli, C., McLaughlin, K., ve Harnish, R. J. (1987). The Effects of Clothing and dyad sex composition on perceptions of sexual intent: Do women and men evaluate these cues differently. *Journal of Applied Social Psychology*, 17(2), 108-126.
- Alsop, G. (2021). The effect of work-attire on perceptions of competency of women in the workplace. Masters Thesis, University of Canterbury.
- Bartky, S. (1997). Foucault, femininity, and the modernization of patriarchal power. K. Conboy, N. Medina ve S. Stanbury (Ed.), *Writing on the Body: Female Embodiment and Feminist Theory* içinde. New York: Columbia University Press.
- Bartky, S. (1988). Foucault, Femininity and the Modernisation of Patriarchal Power. I. Diamond ve L. Quinby (ed) *Feminism and Foucault: Reflections on Resistance* içinde. Boston, MA: Northeastern University Press.
- Bartlett, K. T. (1993). Only girls wear barrettes: Dress and appearance standards, community norms, and workplace equality. *Mich. L. Rev.*, 92, 2541.
- Başkale, H. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9(1), 23-28.
- Bem, D. J. (1972). Self-perception theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 6(1), 1- 62.
- Bordo, S. R. (2020). The body and the reproduction of femininity: A feminist appropriation of Foucault. *The New Social Theory Reader* içinde (pp. 207-218). Routledge.
- Bradley, P. H. (1980). Sex, competence and opinion deviation: An expectation states approach. *Communications Monographs*, 47(2), 101-110.
- Bulloch, H. C. (2013). Concerning Constructions of Self and Other: Auto-racism and Imagining Amerika in the Christian Philippines. *Anthropological Forum*, 23(3) 221-241.
- Butler, J. (1990) *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
- Butler, J. (1993) *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of "sex."* London: Routledge.
- Butler, J. (2004) *Undoing Gender*. London: Routledge.
- Curtisa, S., Geslerb, W., Smitha, G. ve Washburnb, S. (2000). Approaches to Sampling and Case Selection in Qualitative Research: Examples in The Geography of Health, Social Science ve Medicine, (50), 1002.
- Dellinger, K. (2002). Wearing gender and sexuality "on your sleeve": Dress norms and the importance of occupational and organizational culture at work. *Gender issues*, 20(1), 3-25.
- Eagly, A. H., Makhijani, M. G., ve Klonsky, B. G. (1992). Gender and the evaluation of leaders: A meta-analysis. *Psychological bulletin*, 111(1), 3.
- Ericksen, M. K. ve Sirgy, M. J. (1992). Employed females' clothing preference, self-image congruence, and career anchorage. *Journal of Applied Social Psychology*, 22(5), 408-422.
- Eryazıcı, E. ve Çoruh, E. (2015). Dress preferences of working women according to body shape. *Tekstil ve Mühendis*, 22(98), 42-55.
- Frith, H. ve Gleeson, K. (2004). Clothing and embodiment: Men managing body image and appearance. *Psychology of men ve masculinity*, 5(1), 40.

- Garber, M. (1992). *Vested interests: Cross dressing and cultural anxiety*. New York: Routledge.
- Gherardi, S. ve Poggio, B. (2001) *Creating and recreating gender order in organizations*. *Journal of World Business* 36(3): 245–259.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Garden City: NY, Doubleday.
- Gole, N. (1997). *The quest for Islamic self within the context of modernity*. C. Bozdoğan ve R. Kasaba (Ed.) *Rethinking modernity and national identity in Turkey içinde* (pp. 81-95). Seattle, WA: University of Washington Press.
- Guba, E. G., ve Lincoln, Y. S. (1982). *Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry*. *Educational Communication and Technology Journal*, 30 (4), 233-252.
- Haccoun, R. R., ve Sallay, G. (1978). *Sex differences in the appropriateness of supervisory styles: A nonmanagement view*. *Journal of Applied Psychology*, 63(1), 124-127.
- Holloway, I., ve Wheeler, S. (1996). *Qualitative research for nurses*. Oxford: Blackwell Science Ltd.
- Johnson, K. K., Schofield, N. A., ve Yurchisin, J. (2002). *Appearance and dress as a source of information: A qualitative approach to data collection*. *Clothing and Textiles Research Journal*, 20(3), 125-137.
- Kanter, R. M. (1977). *Some effects of proportions on group life: Skewed sex ratios and responses to token women*. *American journal of Sociology*, 82(5), 965-990.
- Karaçizmeli, A., Dedeoğlu, A. Ö., ve Erten, E. Ü. (2017). *Giyim Tüketimi ve Mahremi Eril İnşası: İş Yaşamında Eril Giyim Kodları Üzerine Bir Araştırma*. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 425-442.
- Karasar, N., (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Kaiser, S. B. (1983). *Toward a contextual social psychology of clothing: A synthesis of symbolic interactionist and cognitive theoretical perspectives*. *Clothing and Textiles Research Journal*, 2(1), 1-9.
- Karl, K.A., Hall, L. M. ve Peluchette, J. V. (2013). *City employee perceptions of the impact of dress and appearance: You are what you wear*. *Public personnel management*, 42(3), 452-470.
- Karl, K., Peluchette, J. V. E., ve Collins, A. (2017). *Employee self-perceptions regarding workplace attire in Turkey*. *Journal of Organizational Psychology*, 17(6), 112-125.
- Kelly, K. (2019). *Wearing yourself or dressing the part: Navigating workplace dress codes as queer, androgynous women*. (Yayımlanmamış master tezi) Master of Social Justice and Equity Studies Faculty of Social Sciences, Brock University.
- Kılınçarslan, S. (2011). *İş hayatındaki kadının giysi seçiminde renk tercihi: Giresun Üniversitesi örneği*. (Yayımlanmamış master tezi). Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koca, E., ve Koç, F. (2008). *Çalışan kadınların giysi seçimleri ve renk tercihleri*. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(24), 171-200.
- Krefting, L. (1991). *Rigor in qualitative research: the assessment of trustworthiness*. *The American Journal of Occupational Therapy*, 45 (3), 214-222.
- Kwon, Y.-H. (1994). *The influence of appropriateness of dress and gender on the self-perception of occupational attributes*. *Clothing and Textiles Research Journal*, 12(3), 33-39.

- Kwon, Y.-H., ve Johnson-Hillery, J. (1998). College students' perceptions of occupational attributes based on formality of business attire. *Perceptual and Motor Skills*, 87(3), 987- 994.
- Lincoln, S. Y., ve Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K. ve Kyngäs, H. (Ed.) (2014), *Qualitative content analysis: a focus on trustworthiness içinde* (1-10), SAGE Open.
- Liston, H. C. (2008). Looking Good: Dressing For Success-The dress-for-success trend has come and gone; casual dress at the office is losing its appeal. What's next, and what's best for your business? *OfficeSolutions*, 25(1), 16.
- Lowhorn, G. L. (2007). Qualitative and quantitative research: How to choose the best design. *Academic Business World International Conference. Nashville, Tennessee proceedings içinde*.
- McPhail, M. L. (2010). Dark menexenus: Black opportunism in an age of racial anxiety. *Southern Communication Journal*, 75, 160-170.
- O'Neil, M. (2010). You are what you wear: Clothing-appearance laws and construction of the public citizen in Turkey. *Fashion Theory*, 14(1). 65-82.
- Rafaeli, A.; Dutton, J.; Harquail, C. V.; ve Mackie-Lewis, S. (1997). Navigating by attire: The use of dress by female administrative employees. *Academy of Management Journal*. 40(1), 9-45.
- Peluchette, J. V., ve Karl, K., Rust, K. (2006). Dressing to impress: Beliefs and attitudes regarding workplace attire. *Journal of Business and Psychology*. 21(1).
- Peluchette, J. V., ve Karl, K. (2007). The impact of workplace attire on employee self-perceptions. *Human Resource Development Quarterly*, 18(3), 345-360.
- Reuters/Ipsos@dvisory Workplace Attire Poll (2010). <http://www.ipsos-na.com/download/pr.aspx?id=9809>
- Piacentini, M., ve Mailer, G. (2004). Symbolic consumption in teenagers' clothing choices. *Journal of Consumer Behaviour: An International Research Review*, 3(3), 251- 262.
- Pine, K. J. (2014). *Mind what you wear: The psychology of fashion* (Kindle edition).
- Skidmore, P. L. (1999). Dress to impress: Employer regulation of gay and lesbian appearance. *Social and Legal Studies*, 8(4), 509-529.
- Solomon, M., ve Schopler, J. (1982). Self-consciousness and clothing. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8(3), 508-514.
- Soubhari, T. ve Kumar, Y. (2014). The Crab-Bucket Effect and Its Impact on Job Stress an Exploratory Study With Reference to Autonomous Colleges. *International Journal on Recent and Innovation Trends in Computing and Communication*, 2(10), 3022-3027.
- Tarvis, C. (1992). *The mismeasure of women*. New York: Simon and Schuster.
- Trethewey, A. (1999). Disciplined bodies: Women's embodied identities at work. *Organization studies*, 20(3), 423-450.
- Warhurst, C. ve Nickson, D. (2007). Employee Experience of Aesthetic Labour in Retail and Hospitality, *Work, Employment and Society*, 21 (1), 103-120.

- Warhurst, C., Nickson, D., Witz, A., and Marie Cullen, A. (2000). Aesthetic labour in interactive service work: some case study evidence from the 'new'Glasgow. *Service Industries Journal*, 20(3), 1-18.
- Young, I. M. (1990). *Throwing like a girl and other essays in feminist philosophy and social theory*. Bloomington, IN: Indiana University Press.

EXTENDED ABSTRACT

Women's Workplace Dress Choices and Gender

1.Introduction

Society constructs the rules of womanhood and then, teaches and shows expectations about attire, behavior, gesture, and the shape of the body to women via visual images (Bordo, 1989). When making dress choices, women face these expectations and also the disciplinary male gaze. Karaçizmeli et al (2017: 427) state that *"The covering of the body, how its processed and presented plays an important role in survival in terms of authority and obedience in social settings."*

Dress is also very important in business settings, as the individual uses attire to construct a professional image (Frith ve Gleeson, 2004; Goffman, 1959). What she wears influences how others evaluate her and also shapes customer judgement about the firm that she works for (Johnson vd, 2002; Peluchette ve Karl, 2007). For that reason, some firms have strict dress codes in order to create a desired corporate image and organizational culture. But others provide freedom to employees about workplace attire (Rafaeli vd. 1997; Liston, 2008).

On the other hand, dress not only influences others but also how the person perceives herself and her performance in her workplace role (Karl vd, 2013; Kwon, 2004). Workplace attire is related to gender, and how a woman makes her body visible in the workplace has material outcomes and consequences; thus, it is claimed that business settings require a certain type of womanhood (Trethewey, 1999). The characteristics attributed to women by society (nurturing, passiveness, and dependency) do not fit the idea of corporate effectiveness, and thus, women feel a need to be masculine in order to prove their competence (Tarvis, 1992). This is reflected in women's workplace attire choices.

2.Method

The current study aimed to explore the factors that working women take into consideration when deciding what to wear to work. A qualitative research design was used due to the exploratory nature of the study, and in-depth interviews with 16 white collar women were conducted. The transcriptions of these interviews were read along with the field notes of the researchers multiple times, and themes and codes were determined via cross-coding.

3.Empirical Findings

Findings can be grouped under three main themes: social and organizational expectations about women's workplace attire, gender discrimination in the workplace based on attire, and the influence of workplace attire on women. The reflections of participants show that women face certain social and organizational expectations about their dresses in the workplace: if they are holding a representative position in the company, they are expected to wear chic, decent, and modest; regardless of their position, they are expected to prefer dresses that help them lose sight of their femininity and, they are expected to avoid their gender identity to get ahead of their professional identity. The second theme of the findings shows that women are discriminated against in the workplace because of their gender in different ways: women face certain expectations about workplace attire because of their gender; when women are a minority in their organizations, they experience token status, and they can be used as objects in a retail window that prove female presence in the organization;when they prefer feminine dresses or dresses that are seen as inappropriate, they can be positioned as sexual objects, and, they can be the victims of crabby behavior from other women because of their dress preferences. The last theme presents the

influence of workplace attire on women: participants state that they construct a competent image via their dresses in the workplace, and

their dress choices influence their own perceptions about their competence and performance in their work roles.

4.Discussion and Conclusion

Findings indicate that gender expectations and stereotypes are prevailing and are strong in the workplace in Turkey. Women face an obligation to “look” according to gender expectations in the workplace, so that they can exist with their competencies, skills, experiences, and potential. They watch over their looks with extreme caution so that they can present themselves professionally and avoid unpleasant and undesirable images. The study contributes to managerial practice as it presents the need to increase efforts to ensure gender equality in the workplace. So that women are not used as the proofs of female existence presented in the retail window, but really included. Additionally, it shows that female representation should be encouraged and increased, and gender aware organizational cultures should be created.