

Jag är en levande skyltdocka!

Handelsanställdas upplevelser av estetiska krav

Butiksanställda känner sig ofta som "vandrande reklampelare" för det företag de jobbar på och det finns krav på hur de ska se ut och bete sig. Dessa estetiska krav kommer från både arbetsgivare, de anställda själva, kunder och rådande normer i samhället. Kraven är inte sällan otydliga och outtalade. Ibland kan kraven bli problematiska när de är diskriminerande eller inkräktar på den personliga integriteten.

Kort om studien

Rapporten *Jag är en levande skyltdocka!* bygger på intervjuer med handelsanställda om hur de upplever estetiska krav på sin arbetsplats samt ett mindre antal arbetsgivare inom handeln. De intervjuade återfanns inom fyra delbranscher; dagligvaruhandel, konfektion, handel med hem- och fritidsvaror samt övrigt.

Syftet med undersökningen har varit att titta närmare på hur de anställda hanterar och upplever de estetiska kraven inom handeln eftersom tidigare forskning främst har fokuserat på arbetsgivarnas perspektiv.

Utseende och arbete

Utseendekrav i arbetslivet är inget nytt och arbetsgivare har länge ansett att det är viktigt hur personalen ser ut. Begreppet *estetisk arbetskraft* beskriver den process som leder till att en individs fysiska framtoning blir en tillgång för arbetsgivare.

Det leder till att arbetsgivarna ställer *estetiska krav* på sin personal gällande klädstil, tal, kroppsbyggnad, smink och frisyr med mera. Personer med *estetisk kompetens*, det vill säga förmåga att anpassa sitt utseende till de krav som arbetsgivaren har, blir då attraktiva för anställning.

Arbetsgivarnas synvinkel

De anställda är företagets ansikte utåt och ska spegla de ideal som företaget står för och på så sätt leva upp till det som arbetsgivarna menar att kunderna efterfrågar. Många av arbetsgivarna i undersökningen vidhåller att utseendet inte bör spela någon roll, men att det ändå gör det och det i ganska hög grad.

Det är viktigt att de anställda inte sticker ut och stör på något vis med sitt utseende eller sitt sätt att föra sig. De ska passa in på företaget och man rekryterar gärna personer som liknar de som redan är anställda.

Fyra kategorier av krav

Arbetstagarna menar att det är helheten som spelar roll, alltså personlighet och kompetens i kombination med utseende vid rekryteringar; att det finns estetiska krav är alla överrens om. Dessa krav kan delas in i fyra kategorier; *utsmäckning, kropp och verbalitet, utseende och fysik* samt *emotionellt yttre*.

1. *Utsmäckning* gäller yttre attribut som kläder, frisyr, smink och liknande. Dessa krav upplevs som relativt lätta att anpassa sig till och de är också de som är mest uttalade till exempel i samband med anställningsintervju. Synliga piercingar och tatueringar tar arbetsgivarna tydligt avstånd ifrån.
2. *Kropp och verbalitet* innefattar till exempel ansiktsuttryck, ögonkontakt, röst och hållning. Dessa krav är sällan uttalade, men upplevs som mycket vanliga. Personalen uppmanas bland annat ha ögonkontakt med kunder och alltid se upptagna och aktiva ut när de är i butiken.

3. *Utseende och fysik* rör krav som ställs på de anställdas faktiska utseende, sådant som kan vara svårt eller nästintill omöjligt att ändra på. Det kan gälla symmetri, ansiktsform, kroppsbyggnad, hudfärg och estetiska skador.

4. *Emotionellt yttre* innebär att de anställda ska se glada, trevliga, utåtriktade och hjälpsamma ut. I mötet med kunden ska negativa känslor inte märkas vilket benämns *känsloarbete* (emotional labour).

De anställda upplever nummer ett som lättast att leva upp till medan nummer fyra är det krav som känns svårast och mest krävande. Kraven kan upplevas som inkräktande på den personliga integriteten och ibland som diskriminerande.

Skilda synsätt

Arbetstagarna slits i sina resonemang mellan förståelse för arbetsgivar- och varumärkesperspektivet; där de anställda måste signalera vissa värden genom sitt utseende och uppträdande, och ett mer inkluderande perspektiv; där det finns plats för en större bredd.

Hel och ren

Det enda uttalade krav som brukar finnas är att den anställda ska vara ”hel och ren”; uttrycket kan dock innehålla mycket mer än vad som antyds av orden. Helhetsintrycket är det viktigaste, men detaljer har stor betydelse för helheten och kraven kan gälla såväl frisyrer som språklig brytning. Arbetsgivarna är dock försiktiga med att uttrycka sig klarare eftersom alltför hårda krav kan bli rasistiska, sexistiska och fördomsfulla.

Uttrycket ”hel och ren” blir ett samlingsnamn för de krav som ställs och innebörden är ofta underförstådd och kontextberoende. Många av de anställda har svårt att fylla uttrycket med innehåll, men kan däremot ganska lätt ange vad som faller utanför ramen, det vill säga hur man *inte* får se ut.

Krav från flera håll

Det är inte bara arbetsgivarna som ställer krav utan de anställda ställer även krav på sig själva och varandra. Grupptryycket och internaliserade uppfattningar är ofta effektivare än krav från arbetsgivaren.

Estetiska krav är i sin helhet ett resultat av en samverkan mellan mer eller mindre tydliga krav från *arbetsgivaren*, de *anställdas* egna uppfattningar,

upplevda förväntningar från *kunderna* samt utseendenormer i *samhället*.

Levande skyltdocka

Det är många av de anställda som upplever sig själva som ”vandrande reklampelare” och känner ett tryck på att vara på topp varje dag. Det kan ibland krocka med vardagslivet om en butiksanställd möter en kund när hon/han är ledig och inte lever upp till sin roll som representant för företaget.

De allra flesta har dock förståelse för arbetsgivarnas krav och har inga större problem med att leva upp till dessa när de arbetar.

Olika krav på män och kvinnor

På en direkt fråga om kraven är olika för män och kvinnor menar de flesta att de inte

är det, men om de anställda får lista kraven så visar det sig att listan över krav för kvinnor är längre och mer detaljerad.

När det gäller snygghet och kön finns det även där en skillnad; kvinnor som är väldigt snygga anses vara inkompetenta tills de bevisat motsatsen medan en attraktiv man ses som kompetent baserat just på utseendet.

Utnyttjad eller utvald?

Beroende på den anställdas inställning till estetiska krav och syn på sitt arbete kan de delas in i fyra grupper; *utnyttjad*, *avpersonifierad*, *anpassad* och *utvald*:

De som känner sig *utnyttjade* tycker att utseendekraven är problematiska och ser på sitt arbete som var-

aktigt. I gruppen *avpersonifierade* återfinns de som också menar att kraven är problematiska, men som ser på sitt arbete i handeln som temporärt. De *anpassade* och de *utvalda* har inga problem med de estetiska kraven, men den första gruppen ser på sitt arbete som långsiktigt medan den sistnämnda ser på det som kortsiktigt.

Att tänka på

Som arbetsgivare är det bra att medvetandegöra vilka estetiska krav som ställs på de anställda. Då kan slentrianmässiga, diskriminerande, oetiska eller rent av onödiga krav rensas bort medan krav som känns relevanta kan synliggöras och motiveras. Det kan även vara bra att diskutera kraven med anställda och fackliga representanter.

Många av arbetsgivarna i undersökningen vidhåller att utseendet inte bör spela någon roll, men att det ändå gör det och det i ganska hög grad.

FAKTARUTA

Rapporten *Jag är en levande skyltdocka!* bygger på resultat från forskningsprojektet *Upplevelser och konsekvenser av estetiska krav*.

Projektledare: Lektor i arbetsvetenskap Henrietta Huzell, filosofie doktor, vid Karlstads universitet.

Övriga projektdeltagare: Doktorand Helena Lundberg, filosofie kandidat.

För mer information om detta eller andra projekt som finansieras av Handels Utvecklingsråd, kontakta

Andreas Hedlund
Kanslichef Handels Utvecklingsråd
010-471 85 46
andreas.hedlund@hur.nu

Uttrycket "hel och ren" blir ett samlingsnamn för de krav som ställs och innebörden är ofta underförstådd och kontextberoende. Många av de anställda har svårt att fylla uttrycket med innehåll, men kan däremot ganska lätt ange vad som faller utanför ramen, det vill säga hur man inte får se ut.

HANDELNS UTVECKLINGSRÅD

Handels Utvecklingsråd
Regeringsgatan 60, 103 29 Stockholm
Telefon 010-471 85 46
www.hur.nu