

Stigmatizacija osoba s tetovažama prilikom zapošljavanja. Teorijski pregled Goffmanov pojam stige.

Bešlić, Antonio

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Croatian Studies / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:111:875338>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-18**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University of Zagreb, Centre for Croatian Studies](#)





SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA

Antonio Bešlić

**Stigmatizacija osoba s tetovažama prilikom
zapošljavanja. Teorijski pregled uz
Goffmanov pojam stigme**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, 2020.



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET HRVATSKIH STUDIJA
ODSJEK ZA SOCIOLOGIJU

Antonio Bešlić

**Stigmatizacija osoba s tetovažama prilikom
zapošljavanja. Teorijski pregled uz
Goffmanov pojam stigme**

ZAVRŠNI RAD

Mentor: prof. dr. sc. Renato Matić

Zagreb, 2020

SADRŽAJ

Uvod	1
1. Erving Goffman i stigma	2
1.1. Fizička stigma.....	2
1.2. Karakterna stigma.....	2
1.3. Plemenska stigma.....	2
2. Stigmatizacija i poslovanje.....	4
3. Estetske modifikacije prije i danas	6
3.1. Neo-primitivci	7
3.2. Sukob starih i novih generacija	8
4. Pozitivni i negativni čimbenici zapošljavanja osoba s estetskim modifikacijama	8
5. Zaključak	10
5. Popis literature.....	12

Uvod

Razgovor za posao je jedan od najčešćih metoda zapošljavanja ljudi u 21. stoljeću. Kontakt „licem u lice“ pruža poslodavcu mogućnost evaluacije osobe uz njihovu prisutnost, postavljanje pitanja i direktni odgovor od kandidata. S jedne strane, poslodavac gleda objektivne činjenice u životopisu kandidata kao što su prijašnja radna mjesta, obrazovanje i iskustvo. S druge strane, subjektivnost je naglašenija na razgovoru za posao. Prilika da pogledamo i procijenimo kandidata pomaže da se održi ugled firme koji se gradio upravo na dobrim procjenama prilikom zapošljavanja. Međutim, 21. st. pokazuje rast popularnosti osobnog izražaja pojedinaca. Tetovaže i piercinzi su od tabooa prešli na svakodnevnu pojavu, ali su sa sobom zadržali stigmju.

Erving Goffman (2009.) stigmju definira kao fenomen kojim se pojedinac s atributom koji je duboko diskreditiran u društvu odbacuje kao rezultat atributa. Naime, aktualni rast popularnosti tetoviranja kao estetski dodatak pokazuje upravo suprotno o stigmatizaciji istih. Stoga, vidljivo tetovirana osoba može bez stresa otići na razgovor za posao jer su tetovaže afirmirane u modernom društvu. Amerika kao primjer razvijenog zapadnjačkog mentaliteta pokazuje izuzetan trend u tetoviranju. Podaci istraživanja iz 2012. godine The Harris Polla pokazuje da 21% Amerikanaca ima barem jednu tetovažu, no 2020. godine Statista Research Department objavljuje kako se taj broj popeo na 35%. Međutim, tetovirane osobe se i dalje boje razgovora za posao.

Cilj ovog rada je pregled Goffmanovog pojma stigme preko osoba s vidljivim estetskim modifikacijama tijela i pokušaj objašnjenja paradoksa koji se stvorio između modernih vrijednosti i tradicionalnih. Bitno je naglasiti da tetovaža nije fizička stigma već karakterološka. Tetovirana osoba nije stigmatizirana zato što ima tetovaže, nego je stigmatizirana zato što se tetovirala. Stigma je vezana uz teoriju da određeni profil ljudi, skloniji kriminalu i devijantnom ponašanju, često tetoviraju tijela kao jedan od oblika pobune. Ali to bi značilo da svaka treća osoba u Americi pripada tom profilu devijanata po istraživanju. Kako je moguće da toliko česta pojava u današnjem društvu i dalje sadrži stigmju?

U prvom dijelu rada ću objasniti pojam stigme Ervinga Goffmana i njenu povezanost s ljudima koji imaju vidljive estetske modifikacije tijela. Drugi dio je posvećen stigmatizaciji na

radnom mjestu ili prilikom zapošljavanja istih. Zatim, u trećem dijelu ću prikazati današnji pogled na estetske modifikacije kao i povijesni, njihovu ulogu u društvu i njihovo značenje za pojedinca. U četvrtom dijelu ću iznijeti pozitivne i negativne stvari koje se mogu dogoditi ako se zaposli odnosno ne zaposli osoba s tetovažama ili nakitom. Za kraj, u zaključku stavljam svoje osobno mišljenje o stigmatizaciji osoba s vidljivim estetskim modifikacijama tijela i promatram o subjektivnim faktorima koji su mogli utjecati na ovaj rad

1. Erving Goffman i stigma

U svojoj knjizi „Stigma: Bilješke o upravljanju razmaženim identitetom“ Goffman (2009.) opisuje stigmatu kao atribut, ponašanje ili reputacija koja je socijalno diskreditirajuća na određeni način. Danas se stigma može podijeliti i na tri različite kategorije: fizička stigma, karakterna stigma i plemenska stigma (Goffman, 2009.). Također, stigme dijelimo na diskreditirajuće i diskretne momente koji negativno djeluju na stigmatiziranu osobu (Goffman, 2009.).

1.1. Fizička stigma

Obuhvaća fizičke deformacije, ozljede i hendikepe koje stigmatizirana osoba može imati od rođenja ili koji su se mogli dogoditi kasnije u životu. Primjer takvih ljudi su slijepci ili paraplegičari.

1.2. Karakterna stigma

Obuhvaća attribute karaktera i samokontrole. Primjeri nositelja karakterne stigme su ovisnici, lažljivci ili lopovi.

1.3. Plemenska stigma

Obuhvaća atribut pripadnosti osobe određenoj nacionalnosti, seksualnoj orijentaciji, rasi ili religiji. Oblik stigmatiziranja koji se najbrže širi između pojedinaca.

Hromatko i Matić (2008: 83) objašnjava kako pojedinac nije samo pasivan primalac instrukcija društvene zbilje i njezinih institucija-činjenica, nego je i njezin aktivni kreator. Subjektivna narav čovjeka vlada poimanjem svijeta oko nas. Dalje u tekstu, Hromatko i Matić

(2008:83) opisuju kako u kontekstu stigmatizacije zaključujemo da stigme ne vuku porijeklo iz objektivnoga, od prirode ili Boga postavljenog stanja stvari, nego iz društvenog znanja akumuliranog ljudskim djelovanjem. Iz toga zaključujemo da stigma ovisi o društvenim okolnostima i vremenu u kojem se pojavljuje, drugim riječima, promjenjiva je ukoliko se društvo promijeni. Takva promjena je vidljiva u najčešćem obliku vidljive estetske modifikacije tijela, tetoviranju.

„Since the 1980s, tattooing has won a following among teenagers and college students, who have altered the reputation of tattooed people from that of criminals and laborers to that of artists and free thinkers.“ (Kang, Jones, 2007.)

U moderno vrijeme, tetovaže su znatno dobile na sentimentalnoj vrijednosti. Wohlrab i sur.(2007.) grupiraju tetovaže u deset različitih kategorija uzroka tetoviranja i deset širih kategorija motiva. Uljepšavanje tijela (želja za modnim i umjetničkim izražajem na tijelu), individualnost (ostvarenje vlastitog identiteta i posebnosti), fizička izdržljivost (svladavanje osobnih granica boli), „osobna priča“ (izražavanje osobnih karakteristika, vrijednosti i iskustava), pripadnost grupi (iskazivanje privrženosti prema određenoj grupi), otpor (izražavanje otpora prema roditeljima ili društvu), spiritualnost i tradicija (održavanje tradicije tetoviranja ili spiritualnosti neke kulture), ovisnost (ovisnost o boli u procesu pirsanja/tetoviranja), seksualnost (pojačavanje seksualnog užitka) i bez razloga (pod utjecajem droge i alkohola te impulzivnost). Kang i Jones (2007.) tvrde da iako pojedinci vjeruju da tetovaže mogu pružiti privid pripadnosti i sigurnosti u svijetu koji se mijenja, ta obećanja o trajnosti često propadaju pred stvarnim osobnim prijelazima i promjenjivim društvenim normama. Upravo taj faktor promjenjivosti diktira odnos stigmatizacije i osoba s estetskim modifikacijama. Kroz povijest postoje brojni primjeri kultura koje nemaju stigmatu prema tetoviranju ili stavljanju nakita, čak i pojedinih kultura kojima je tetoviranje jedno od glavnih kulturnih simbola kao što su *maori* s Novog Zealanda. Odakle onda dolazi ta stigma prema tetovažama? Hromatko i Matić (2008: 84) govore kako „društvene grupe posjedovanjem moći dobivaju ne samo mogućnost provođenja svoje volje, nego i mogućnost definiranja stigmati-atributa i tko ih zaslužuje što, u pravilu, znači da se stigmatiziraju “oni drugi” – oni koji ne posjeduju moć, koji su drugačiji, strani, nepoznati ili (za moćnike) opasni. Dakle, stigma koju nose ljudi s vidljivim estetskim modifikacijama tijela nije proizvod društva, nego je proizvod vodećih u društvu. Iako tjelesne modifikacije rastu u globalnoj popularnosti, one i dalje ostaju iste kod ljudi koji posjeduju moć. Nije upitno da svijetom vladaju predsjednici, diktatori, kraljevi i ostali koji su većinom starije i zrelije životne dobi.

To su generacije ljudi gdje su tetovirani individualci uistinu imali karakteristike zbog kojih se danas stigmatiziraju. Moderan mladi čovjek 21. st. predstavlja novi val mentaliteta o vlastitom izražaju i s jedne strane donosi odluku da afirmira svoju želju za estetskom modifikacijom, svjestan da stigma (koja je rezultat predodžbe starijih generacija) direktno utječe na njegove šanse prilikom zapošljavanja. Ili s druge strane, odbija ostvariti svoju želju kako bi osigurao veće šanse za zapošljavanje, ali kao rezultat toga opet udovoljava mentalitetu stigmatizatora.

2. Stigmatizacija i poslovanje

„Dva glavna čimbenika koji okružuju pitanje tetovaža je mjesto na kojem su tetovaže na tijelu i broj tetovaža na tijelu kada je riječ o tome kako osobu doživljavaju drugi.“ (Antonellis, Berry, Silsbee, 2017.) Što je vidljivost i količina veća, mišljenje ljudi o tetoviranoj osobi je najčešće i lošije. Zbog takvih situacija, određena radna mjesta zahtijevaju od radnika da, ukoliko imaju tetovaže, moraju ih prekriti kako nebi bile vidljive za vrijeme radnog vremena. Danas, popularnost estetskih modifikacija stavlja teret na poslodavca što Antonellis i suradnici (2017.) objašnjavaju: „Poslodavci koji imaju politiku prikrivanja možda žele razmotriti krajnje rezultate rada i odvagnuti rizik od nižeg učinka, povećanog bijesa, osjećaja neprihvatanja od strane organizacije i odmjeriti korist od takve politike; kontakt s kupcem, poslovna kultura i profesionalni izgled.“ Stoga, u kvalitativnom istraživanju na 578 sudionika s ciljem da se dobije odgovor na dva pitanja:

- a) Kako ljudi koji su odgovorni za razgovore sa zaposlenicima osjećaju prema tetovažama?
- b) Kakav utjecaj imaju tetovaže kandidata na postupak provjere?

Antonellis et al. (2017.) pronašli su zajednički faktor „što ukazuje da su tetovaže "prihvatljive" u radnoj snazi, s ukupno 418 riječi ili fraza koje se pojavljuju u tekstualnim podacima (72%). U pružanju dodatne dubine tekstualnim podacima, 140 riječi ili fraza (33%) bilo je od žena, a 278 riječi ili fraza od muškaraca (67%). Nalazi našeg istraživanja usklađeni su s trenutnim istraživanjem koje ukazuje na to da ljudi općenito smatraju da su zaposlenici s tetovažama prihvatljivi što dovodi do uobičajenog prihvaćanja.“

Mendez (2016.) također dolazi do zanimljivog zaključka na kraju svog kvalitativnog istraživanja. Na uzorku od 32 Angelo State University studenta s odjela psihologije, jednoj

grupi studenata su postavljena pitanja i pokazane slike osoba s tetovažama i osoba bez tetovaža na što su studenti morali odgovoriti na pitanja vezana uz njihovo mišljenje o tim osobama. Druga skupina je napravila istu stvar kao i prva skupina, no slike pojedinaca koji su bili tetovirani u prvoj grupi, sada nose odjeću koja prekriva njihove tetovaže, dok osobe koje nisu imale vidljive tetovaže u prvoj grupi, imali su u drugoj. Otkriveno je da nema razlike u načinu na koji muškarci i žene percipiraju tetovaže na radnom mjestu, ali isto tako da su stavovi prema slikama tetoviranih pojedinaca promatrani negativnije od slika istih ljudi kad njihove tetovaže nisu bile vidljive (Mendez, 2016.). Iz ovih podataka treba stigmatizaciju prilikom zapošljavanja shvatiti kao društveno uvjetovanoj neprilici koja nastaje kao spoj negativnih stavova građana o tetoviranim ljudima i prihvatljivim stavovima o zaposlenim tetoviranim ljudima. Iako se modifikacije tijela određenim ljudima ne sviđaju, to ne utječe na njihovo mišljenje o efikasnosti, sposobnosti i predstavljanu radnika s vidljivim estetskim modifikacijama tijela. Naravno, ako pojedinac ima više tetovaža i ostalih modifikacija da će i dojam koji ostavlja na radnom mjestu bit manji, ali i dalje je to izoliran slučaj u općenitom dojmu cijele firme ili poslodavca koji i dalje zadržava status "prihvatljivog". Međutim, ako se sve veći broj ljudi tetovira, koliko dugo subjektivnost prilikom zapošljavanja može prevladati u takvim situacijama? Antonellis et al (2017.) tvrde kako muškarci imaju tendenciju smatrati da je kulturu / sliku organizacije važno uzeti u obzir prilikom utvrđivanja hoće li tetovaže kandidata negativno utjecati na "korporativnu kulturu, politiku, imidž". Danas tetovaže dolaze u svakakvim oblicima, tehnikama, veličinama i značenjima da to još više zamagljuje granicu između prikladne i neprikladne tetovaže za radno mjesto. Sociolozi su naglasili važnost ove heterogene prirode tetovirane zajednice i doveli u pitanje vrijednost promatranja tetoviranih ljudi kao homogene grupe (DeMello, 2000.). Dugotrajna tradicija eksperimenata socijalne percepcije pokazala je da su prve informacije koje se obrađuju o nekoj osobi nerazmjerno važne u utjecaju na naknadne prosudbe ljudi o toj osobi (Burgess, Clark, 2008.). U prilog tome, Burgess i Clark (2008.) u svom istraživanju pronalaze da oni koji su imali ili su razmišljali o tetoviranju nisu pokazali predrasude na temelju tetovaža u svojim ocjenama podobnosti podnositelja zahtjeva za zapošljavanje. Oni ljudi koji nisu tetovirani i koji nisu razmišljali o tetoviranju pokazali su snažnu povezanost s tradicionalnim delinkventnim stereotipom o tetovažama. . Ti su sudionici ocijenili pojedince s plemenskim tetovažama još neprikladnijima za taj posao, u odnosu na osobe sa slatkim tetovažama i bez tetovaža. Kao zaključak svog istraživanja navode kako divlja podrijetla tetovaža i dalje bacaju štetnu sjenu na osobe s tradicionalnim dizajnom. Međutim, osobe sa suvremenim dizajnom tetovaža

kategorizirane su na način koji im ne stavlja štetu u odnosu na osobe koje nisu tetovirane. Stoga su ti ljudi korisnici novoizgrađenog društvenog stereotipa i figuracije tetovaža.

3. Estetske modifikacije prije i danas

„Neki ljudi postaju glazbenici ili sportaši, neki liječnici ili umjetnici, ali na kraju, svi bi mogli napraviti tetovažu ili piercing. Tetoviranje i piercing imaju duboke korijene koji se izražavaju kroz našu popularnu kulturu. Potreba za izražavanjem kroz ukras tijela nadilazi sve kulturne i društvene prepreke“ (Carmen et al., 2012.). U prvom poglavlju dok sam objašnjavao Goffmanov pojam stigme, započeo sam govor o sukobu generacija mladih radnih snaga i starijih, zrelijih poslodavaca i vlasnika firmi. Modifikacije tijela kroz povijest su imala izuzetno različita značenja i oblike ovisno o lokaciji, religijskoj ideologiji i drugim faktorima. U svom tekstu, Carmen et al. (2012.) tvrde kako povijesno postoje tri glavna razloga tetoviranja ili estetske modifikacije tijela:

- a) simbol važnog prošlog događaja, ljubavi ili prijateljstva
- b) članstvo u grupi
- c) marker individualnosti

Međutim, izvlače još dvije teze o motivaciji za estetsku modifikaciju kroz evolucijsku perspektivu koje su nadređene trodijelnoj shemi koju su iznijeli. Prva perspektiva je o „čovjeku kao platno“ koja predlaže da je ukrašavanje tijela primjer proširenog fenotipa namijenjenog demonstraciji simboličke misli, koja može biti marker individualnosti ili identifikator grupe (Carmen et al., 2012.). Druga perspektiva je hipoteza o isplativosti koja kaže da zbog modernih čimbenika, poput povećanja gustoće naseljenosti i bolje zdravstvene zaštite, pojedinci povećavaju svoju individualnost povećavajući svoje skupe prikaze kroz estetske modifikacije (Carmen et al., 2012.). I jedna i druga perspektiva je gledana kroz okvir popularne, moderne kulture i njihova povezanost s prijašnjim povijesnim okvirima društava nije dovoljno istražena. Ono što sigurno možemo tvrditi o estetskim modifikacijama kroz povijest je da su služile kao oblik obilježavanja kako pozitivnog tako i negativnog. Pomoću tetovaža su se obilježavali kriminalci, robovi, zatvorenici ili su služile kao indikacije statusa. Kako se tetoviranje prakticira u različitim dimenzijama vremena i mjesta, naknadno se tereti različitim ideologijama. Drugim riječima, vjerovanja ljudi, često specifična za određeno

mjesto i vrijeme, odražavaju se u njihovoj prosudbi i stavu prema tetoviranju (Kuwuhara, 2005.). Tako da smo mogli u isto vrijeme na svijetu imati primjere zajednica, plemena, država i slično sa stigmom prema tetovažama kao i društva koja su afirmirala prakticiranje tetoviranja ili nošenje nakita. Jedna od najstarijih civilizacija s primjerima estetski tetoviranih tijela i predivnim nakitom su bili Egipćani. U isto vrijeme, s druge strane Sredozemnog mora, Grčka je označavala ljude s tetovažama kao znak sramote ili kao kazna. Stoga, povijesno gledano, tetovaže su oduvijek bile i lijepe i ružne, znak sramote i znak časti, statusni simbol i kazna. Ovisno o društvu i aktualnoj vladajućoj ideologiji koja je stalno promjenjiva i fluidna. Tetovaže su se zavladaile krajem 19. stoljeća u Europi i Americi kao kolonijalistički simboli egzotičnog i primitivnog; kulturnog "drugog". Tetovaže su u sjevernoameričku sferu ušle kao „običaj kriminalaca, mornara, prostitutki, fizičkih radnika i drugih loših vrsta ... simbol društvene marginalnosti“ (Sanders, 1991: 151)

Današnja stigma o tetovažama je također društveno oblikovana. Naime, pojavom interneta i revolucijom u načinu globalnog komuniciranja, stigma o tetovažama postaje siva zona. Društva s jedne strane svijeta čija je kultura izgrađena s bogatom poviješću u kojoj su tetovaže imale važnu ulogu kao Novi Zealand ili Haiti neće imati isto mišljenje o tetovažama kao stanovnici Saudijske Arabije. Globalno gledano, tetovaže nemaju konkretno značenje ni stigmatu vezanu uz njih.

3.1. Neo-primitivci

Neki od onih koji svoje tijelo modificiraju na ekstremne načine postajući jako tetovirani definiraju se kao neo- ili moderni primitivci i identificiraju se s plemenskim praksama tetoviranja. Neo-primitivci definiraju svoje kretanje nasuprot modernom društvu i promatraju modifikacije tijela kao način ponovnog povezivanja s iskonskim iskustvima (Kang, Jones, 2007.). Iako ljubitelji tetovaža tvrde da su tetovaže izraz slobode i kontrole nad tijelom, njihove prakse tetoviranja vrlo su osjetljive na promjenjive društvene trendove. I dok mnoge uporne i neo-primitivne ljude uvriježeno društvo smatra marginaliziranima, pa čak i otkaćenima, oni su dio uspostavljenih skupina sa svojim vlastitim kodeksima vjerovanja i normama ponašanja. (Kang, Jones, 2007.). Neo-primitivci pokušavaju rekonceptualizirati kako se modificirano tijelo predstavlja drugima.

3.2. Sukob starih i novih generacija

Infuzirane kulturnim značenjem, tetovaže djeluju kao simbolički izvori za identitetske prakse. Stoga dio nedavnog širenja potrošnje tetovaža možemo pripisati njihovoj upotrebi u samoizražavanju, izgradnji identiteta, diferencijaciji, obilježavanju životnih događaja (Atkinson, 2004.; Tiggemann i Golder, 2006.). Generacija "baby boomera" je najzastupljenija na višim poslovnim pozicijama, a radna snaga je najzastupljenija milenijalcima koji su pod utjecajem popularizacije tetoviranja. U kapitalističkom svijetu gdje tržište ima glavnu ulogu, razumno je držati do ugleda firme kako bi bila konkurentna s ostalim firmama. Ako je način poslovanja jedne firme prihvatljivo na globalnom nivou, onda se smatra dobrom i uspješnom. Stoga, tetovirano osoblje predstavlja problem upravo zbog svoje različitosti društvenih mišljenja o tetoviranom tijelu. Baby boomeri, koji se smatraju konzervativnim zbog načina razmišljanja su imali poprilično buntovnu adolescenciju. Generacija "hippy-a", otvorene seksualnosti, rock&roll-a i revolta. Postoji li onda mogućnost da milenijalci nisu još došli do životne faze u kojoj nasljeđuju stavove o tetovažama kao i baby boomeri? Ovisi o budućoj ideologiji koja će prevladavati kad milenijaci preuzmu brigu o tržištu. Nova era potpune slobode individualnosti na poslovnim mjestima ili nastavak starog uz blaže poglede na tetoviranje.

4. Pozitivni i negativni čimbenici zapošljavanja osoba s estetskim modifikacijama

S jedne strane, tetovaže i nakit imaju bitnu ulogu u poboljšanju radnog odnosa i ugleda firme. Poslodavci koji zapošljavaju osobe s estetskim modifikacijama tijela profitiraju već u samom početku jer imaju više kandidata za profilirat. Držanje učinkovitosti i znanja kao fokus prilikom zapošljavanja izbacuje subjektivnost i samim time firma profitira ako zaposli najbolju osobu za tu poziciju, koja igrom slučaja ima tetovažu ili komad nakita koji nije na uhu. Također, firme mogu profitirati u radnom okruženju miješanjem različitih kultura i svjetonazora. Psihološko stanje radnika je bitno, te da se svaki pojedinac u radnom okruženju ne osjeća izostavljeno ili diskriminirano. U prilog tome, ako firma ima strog pravilnik o estetskim modifikacijama i ne dozvoljava uopće prikaze na tijelu ili nakit onda je u opasnosti

od tužbe sa strane osoba čije tetovaže su religijskog podrijetla i pokazuje njihov identitet. Brojni radovi imaju pozitivno gledanje na tetovaže u radnom okruženju kao i negativni, stoga sami empirijski dokazi o tezi da je tetovirana osoba nepoželjna ili štetna za firmu nisu legitimni za primjeniti na cijeli svijet. Isto se može reći i za suprotnu stranu, ali onda se mora pogledati i poslovanje firmi koje zapošljavaju osobe s estetskim modifikacijama i analizirati koliko "štete" je uistinu proizvela odluka da se takva osoba zaposli. Naravno, tetovaže ne moraju ni bit vidljive. Zbog rasta broja tetoviranih ljudi, vojska i aviokompanije koji su poznati po svojim strogim stavovima o modificiranim tijelima su ublažili svoje kriterije i kao rezultat nisu imali nikakav značajni pad u poslovanju. Na tržištu se mogu pronaći brojni puderi i kreme koje prekrivaju tetovaže za vrijeme radnog vremena. Jako tetovirani ljudi su anomalija u tom pogledu, jer tetovaže imaju vrlo vidljivu stigm, ali se u mnogim slučajevima mogu lako sakriti. S druge strane, vidljive estetske modifikacije su ovisne o osobnom shvaćanju kupca i njihovom stavu prema tetovažama i nakitu. Kao takvi, jako tetovirane osobe mogu se smatrati i diskreditiranim (njihova različitost je odmah očita) i diskreditiranim (njihova različitost nije odmah vidljiva, ali bi se mogla upotrijebiti protiv njih ako bi se otkrila), ovisno o njihovim individualnim okolnostima (McLeod, 2014.). Nadalje, McLeod (2014.) preko Beckera (1963.) objašnjava kako vrednovanje i reakcija drugih su sastavni dio klasificiranja ponašanja kao devijantnog. „Potresno, u društvu koje nagrađuje razmišljanje, planiranje i pripremu, jako tetovirani pojedinci osjećaju kao da prag indiskrecije djelomice postoji zbog svjesnog donošenja odluka u posjedovanju velike količine pokrivača tintom (McLeod, 2014.).“ Pogledamo li hijerarhiju poslovnih okruženja možemo pobliže vidjeti kakve probleme tetovirano tijelo može donijeti. McLeod (2014.) tvrdi slijedeće: „Budući da većina vodećih uloga proizlazi iz dugogodišnjeg iskustva, većina tvrtki (ali definitivno ne sve tvrtke) vidi kako su njihove voditeljske skupine usredotočene na starije generacije. U profesionalnom okruženju od vrha prema dolje možemo pretpostaviti da će korporativna kultura (a time i sustav vrijednosti, kriteriji prihvatljivosti i stigme) proizaći iz dominantnih vrijednosti generacije voditeljskog tima. Ovo je donijelo probleme za jako tetovirane profesionalce koji rade u sredinama u kojima još uvijek dominiraju arhaični stereotipi o tetoviranim osobama. Stoga, struktura firme i ciljano tržište firme su glavni kriteriji prilikom donošenja politike o zapošljavanu osoba s vidljivim estetskim modifikacijama tijela. Različiti oblici poslovanja (globalno tržište- lokalno tržište, mali broj radnika- veliki broj multikulturalnih pojedinaca,...) sa sobom donose i različite prilike odnosno neprilike pri zapošljavanju. Stigmatizacija osoba s estetskim modifikacijama je određena s puno faktora koji su ovisni o situacijama i okruženju da nije moguće odrediti točno

koliko je ona ukorijenjena u modernom društvu. Poslodavac, ako se ne slaže s određenim razmišljanjem, ima potpuno pravo ne zaposliti osobu ako smatra da će utjecati negativno na radnu atmosferu i poslovanje firme. Starije, konzervativnije generacije ne trebaju zapošljavati ljude koji bi mogli utjecati na prezentiranje posla, ugled koji se godinama gradi. Tetoviranjem tijela ili *piercing* na vidljivom dijelu tijela ne odbacuje sve poslovne mogućnosti, niti stavlja stigmatu na pojedinca od svih u društvu. U globalnom, multikulturalnom svijetu, vjerovati da će osoba biti apsolutno stigmatizirana ili apsolutno prihvaćena je suludo. Isto kao i žene, osobe drugih rasa, vjeroispovijesti ili seksualne orijentacije, estetski modificirane osobe moraju biti svjesni kako to utječe na njihove šanse za zaposliti se u firmama koje pokazuju diskriminaciju prema istima. No, zašto se uopće zaposliti u istih? Ako se pojedinac prijavi na razgovor za posao u firmi u kojoj će biti subjekt stigme i diskriminacije onda i odbijena prijava postaje najbolji ishod. Ulaganjem svojeg znanja i iskustva u firme koje afirmiraju estetski modificirane ljude ili firme koje gledaju objektivno na svoje radnike, pojedinac diže konkurentnost takvih firmi na tržištu što zauzvrat pomaže pri smanjenju stigme koju nose.

„Potpuna promjena i potpuno prihvaćanje oduzima dio estetske blagodati koja dolazi uz jako tetoviranje. Ovo je paradoks - poteškoća - u težnji za potpunim prihvaćanjem jako tetoviranih tijela. Toliko jako tetoviranih ljudi promijenilo je svoja tijela kao marker ili diferencijator - označitelj pripadnosti zajednici koja postoji izvan norme i ne žele da svi traže pripadnost toj zajednici. Tetovirano tijelo stvorilo je dobrovoljnu stigmatu - i nema vratara zajednice. Većina jako tetoviranih profesionalaca traži ravnotežu, onu u kojoj mogu postojati u svom radnom okruženju bez straha od otkaza, odbijanja ili izgubljene prilike, ali ipak zadržavaju jedinstvene i prepoznatljive aspekte svoje zajednice. Ovo je želja za postizanjem dualnosti - i u grupi i izvan grupe (McLeod, 2014.)“

5. Zaključak

Smatram kako estetske modifikacije tijela su svjesno postavljene stigme koje nose određen teret sa sobom. Na pojedincu je prihvatiti taj teret i prilagoditi život tako da taj teret što manje utječe na ispunjenje njegovih drugih želja. Ako tetovirana osoba planira biti konkurentna na određenom tržištu, onda mora shvatiti opseg ljudi koji također konkuriraju iz svih dijelova svijeta, sa svakakvim političkim, socijalnim, religioznim i biološkim uvjerenjima koji se ne moraju podudarati s njegovim vlastitim uvjerenjima. Međusobna tolerancija između poslodavca i radnika treba postojati, kao i poštovanje za dobru i funkcionalnu radnu atmosferu. Da bi smanjili stigmatu koja se veže uz estetski modificirane ljude trebamo povećati

objektivnost prilikom zapošljavanja i toleranciju za vrijeme radnog odnosa s jedne strane, a s druge strane uvažavanje kriterija firme i adekvatno praćenje istih. Za radni odnos nisu bitni stavovi pojedinaca na određene osjetljive probleme već čisto kapitalistički i globalistički, profit za obe stranke u radnom odnosu. Također, određenu pristranost imam prilikom pisanja ovog rada jer i sam spadam u skupinu ljudi s estetskim modifikacijama tijela. No, unatoč tome i dalje smatram kako su tetovaže odabir koji ima trajne posljedice na kvalitetu života, kako pozitivne tako i negativne. U prilog tome, životni vijek firmi koje najčešće imaju stroge regulacije u odijevanju nadilaze poslovni vijek jednog radnika i održale su svoj ugled kroz nekoliko različitih svjetonazora, kako iz prošlosti tako i danas. Moderno društvo naginje inkluziji i osjećaju pripadnosti u zajednici bez obzira na prijašnje stigme za što su zaslužni brojni pokreti kroz povijest, primarno feminizam i LGBT zajednica. Ali na radnom mjestu predstavljamo firmu, a ne sebe ili svoja uvjerenja. Isto kako ljudi imaju različite osobnosti koje se mogu sviđati ili smetati drugim ljudima, tako i firme imaju svoj ugled koji se na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou itekako gleda. Stoga, ovisno o tome što nam je prioritet u poslovanju, stigme će ili postojati ili ih neće biti. Na pojedincima je da promijene stavove o estetskim modifikacijama a ne na firmama kako bi stigmatizacija na radnom mjestu bila manja ili nepostojana. S druge strane, odgovornost osoba s estetskim modifikacijama tijela je da predstavljaju svoju stigmatiziranu skupinu u pozitivnom svjetlu i rade na dobivanju ugleda kao i edukaciji kod onih koji takve prakse smatraju barbarskim.

5. Popis literature

1. Goffman, E. (2009), *Stigma : zabeleške o ophođenju sa narušenim identitetom*, 3. Izdanje, prev. M. Janković, Novi Sad: Meditteran Publishing.
2. Hromatko, I., & Matić, R. (2008). »Stigma–teatar kao mjesto prevladavanja stigmatizacije«, *Sociologija i prostor: časopis za istraživanje prostornoga i sociokulturnog razvoja*, sv. 46(1 (179)), 77-100.
3. Kang, M., & Jones, K. (2007), »Why do people get tattoos?«, *Contexts*, sv. 6(1), 42-47.
4. Wohlrab, S., Stahl, J., & Kappeler, P. M. (2007), »Modifying the body: Motivations for getting tattooed and pierced«, *Body image*, sv. 4(1), 87-95.
5. Antonellis Jr, P. J., Berry, G., & Silsbee, R. (2017), »Employment Interview Screening: Is The Ink Worth It?«, *Global Journal of Human Resource Management*, sv. 5(2), 38.
6. Mendez, M. (2016), »Attitudes toward tattoos in the work place«, *Angelo State University Social Sciences Research Journal*, sv. 2(2).
7. Burgess, M., & Clark, L. (2010), »Do the “savage origins” of tattoos cast a prejudicial shadow on contemporary tattooed individuals?«, *Journal of Applied Social Psychology*, 40(3), 746-764.
8. Carmen, R. A., Guitar, A. E., & Dillon, H. M. (2012), »Ultimate answers to proximate questions: The evolutionary motivations behind tattoos and body piercings in popular culture«, *Review of General Psychology*, sv. 16(2), 134-143.
9. Kuwuhara, M. (2005), *Tattoo: an anthropology*, Oxford, Berg Publishers
10. Sanders, C. R. (1991), *Memorial decoration: Women, tattooing, and the meanings of body alteration*, Ann Arbor, University of Michigan.
11. Atkinson, M. (2004), »Tattooing and civilizing processes: Body modification as self-control«, *Canadian Review of Sociology/Revue canadienne de sociologie*, sv. 41(2), 125-146.
12. Tiggemann, M. & Golder, F. (2006), »Tattooing: an expression of uniqueness in the appearance domain«, *Body Image*, sv. 3(4), 309-315.