

Komunikacijski aspekti vidljivosti tetovaža: tijelo kao medij u profesionalnom i društvenom prostoru

Nikša Sviličić*

SAŽETAK

Ovaj rad analizira komunikacijske aspekte vidljivosti tetovaža u profesionalnom i širem društvenom prostoru, polazeći od razumijevanja tijela kao aktivnoga komunikacijskog medija. Tetovaže se promatraju kao trajne tjelesne inskripcije koje, u trenutku vidljivosti, izlaze iz privatne sfere i postaju predmet društvene percepcije, interpretacije i evaluacije. Cilj rada jest razumijevanje načina na koje nositelji tetovaža percipiraju komunikacijske posljedice njihove vidljivosti.

Teorijski okvir rada temelji se na simboličkom interakcionizmu, semiotičkom razumijevanju tijela kao znakovnog sustava, dramaturškoj teoriji upravljanja dojmom te konceptima simboličkoga kapitala i normativne regulacije tijela. Empirijski dio rada temelji se na kvantitativnom anketnom istraživanju provedenom na prigodnom uzorku od 704 punoljetne tetovirane osobe u Hrvatskoj.

Rezultati istraživanja pokazuju da je izraženija vidljivost tetovaža povezana s većom percepcijom profesionalnog rizika i očekivanjem negativnih evaluacija u profesionalno relevantnim interakcijama. Nadalje, nalazi upućuju na to da nositelji tetovaža situacijski reguliraju njihovu vidljivost, pri čemu se selektivne strategije prikrivanja znatno češće primjenjuju u interakcijama s autoritetima, nego u neautoritativnim društvenim odnosima. Vidljivost tetovaža tako se potvrđuje kao kon-

*Nikša Sviličić, izvanredni profesor, Sveučilište Sjever, Trg Žarka Dolinara 1, 43000 Koprivnica, Hrvatska, mail: niksa.svilicic@proactiva.hr

tekstualno uvjetovana komunikacijska praksa koja se odvija između izražavanja osobne autonomije i prilagodbe društvenim normama.

Ključne riječi: tetovaže, vidljivost, tijelo kao medij, neverbalna komunikacija, profesionalna percepcija, upravljanje dojmom

Uvod

U suvremenom medijski zasićenom društvu tijelo se ne pojavljuje samo u neposrednoj interpersonalnoj komunikaciji, nego i kao dio šire kulture vidljivosti, reprezentacije i medijske pismenosti. Zgrabljic Rotar (2023) naglašava da razumijevanje medija uključuje i razumijevanje načina na koje se poruke oblikuju, interpretiraju i društveno vrednuju. U tom se smislu vidljiva tetovaža može promatrati kao tjelesno-medijska poruka čije značenje nastaje u odnosu između nositelja, promatrača i komunikacijskoga konteksta.

Tijelo u društvenoj komunikaciji ne pojavljuje se kao neutralna ili prazna ploha na koju se značenja tek naknadno upisuju, nego kao već strukturiran medij čija je čitljivost duboko društveno i kulturno uvjetovana. Prije nego što pojedinac progovori, njegovo tijelo već sudjeluje u komunikacijskom procesu, ulazeći u odnos s očekivanjima, normama i unaprijed oblikovanim interpretacijama okoline. Upravo zbog te neizbježne vidljivosti tijelo u javnom i društvenom prostoru funkcionira kao snažan nositelj neverbalne komunikacije, često oblikujući dojam i prije nego što verbalna razmjena započne.

Tetovaže u tom kontekstu zauzimaju posebno mjesto. Za razliku od odjeće ili drugih promjenjivih obilježja tjelesne prezentacije, tetovaže predstavljaju trajne tjelesne inskripcije koje tijelo pretvaraju u dugoročan komunikacijski nositelj značenja. Iako tetovaže mogu imati osobno, simboličko ili estetsko značenje za svog nositelja, u trenutku njihove vidljivosti one izlaze iz sfere privatnog i postaju dio društvene percepcije. Vidljivost tetovaže pritom prestaje biti isključivo pitanje osobnog izbora i postaje komunikacijska činjenica, podložna interpretacijama koje nisu u potpunosti pod kontrolom pojedinca.

Ovakvo razumijevanje tijela nadovezuje se na antropološku tradiciju, posebice na Maussovu koncepciju „tehnika tijela”, prema kojoj tijelo nije prirodna datost, nego društveno konstruirana i kulturno disciplinirana praksa (Mauss, 1934/1973), čime se dodatno potvrđuje njegova komunikacijska i simbolička dimenzija.

Unatoč čestim tvrdnjama o normalizaciji tetoviranja u suvremenim društvima, rezultati dosadašnjih istraživanja, kao i empirijski uvidi ovog rada, upućuju na to da se ta normalizacija ne odvija jednoliko niti bez zadržke. Dok se u određenim društvenim okruženjima tetovaže percipiraju kao estetski dodatak ili izraz individualnosti, u drugim situacijama one i dalje mogu biti povezane s predrasudama, stereotipima ili procjenama koje nose negativne konotacije. Osobito se to očituje u kontekstima u kojima se od tijela očekuje neutralnost, nenametljivost ili usklađenost s implicitnim normama profesionalnog i društvenog ponašanja.

Komunikacijske znanosti već se dulje vrijeme bave analizom tijela kao sredstva upravljanja dojmom, pri čemu pojedinci prilagođavaju vlastitu prezentaciju očekivanjima publike i situacije (Goffman, 1959). U tom se okviru vidljive tetovaže mogu razumjeti kao element neverbalne komunikacije koji prethodi verbalnoj razmjeni i često strukturira percepciju sugovornika prije nego što je komunikacija uopće započela. Odluka o tome hoće li tetovaža biti vidljiva ili prikrivena u određenim situacijama rijetko je posve spontana; češće je riječ o svjesnoj procjeni potencijalnih reakcija okoline i anticipaciji mogućih društvenih ili profesionalnih posljedica.

Dosadašnja znanstvena istraživanja tetoviranja u najvećoj su se mjeri usmjeravala na motive za tetoviranje, identitetske funkcije tetovaža te njihovu ulogu u kulturnim i subkulturnim praksama (Kosut, 2000; Schildkrout, 2004). Razmjerno je manje istraživanja posvećeno samom pitanju vidljivosti tetovaža, osobito načinima na koje se ta vidljivost regulira, prilagođava i pregovara u svakodnevnim društvenim situacijama. Još je rjeđe da se vidljivost tetovaža analizira kao svjesna komunikacijska strategija kojom pojedinci upravljaju načinom na koji će drugi percipirati i interpretirati njihovo tijelo.

Polazeći od toga istraživačkog jaza, ovaj rad usmjeren je na analizu komunikacijskih aspekata vidljivosti tetovaža, pri čemu se tijelo promatra kao aktivni medij u društvenom i profesionalnom prostoru. Cilj rada nije utvrđivanje razloga tetoviranja, nego razumijevanje načina na koji se vidljivost tetovaža percipira, procjenjuje i regulira te kako se te percepcije odražavaju na društvene interakcije i profesionalna očekivanja. Na temelju kvantitativnih podataka prikupljenih anketnim istraživanjem, kao i kvalitativnih uvida iz intervjua s tattoo majstorima, rad pokazuje da vidljivost tetovaža funkcionira kao oblik neverbalne komunikacije koji istodobno omogućuje izražavanje osobne autonomije i odražava pritiske društvenih normi.

Takvim pristupom rad doprinosi komunikološkim raspravama o tijelu kao aktivnom mediju društvene interakcije te otvara prostor za preciznije razumijevanje odnosa između vidljivosti, percepcije i društveno oblikovanih profesionalnih očekivanja u suvremenom društvu.

Teorijski okvir

Tijelo u suvremenoj komunikacijskoj teoriji ne može se razumjeti kao neutralna biološka činjenica, nego kao društveno strukturirani medij značenja. Ono je istodobno simbolički resurs, semiotička površina i interakcijski instrument. U tom smislu, tetovaža predstavlja trajnu tjelesnu inskripciju koja tijelo pretvara u stabilni komunikacijski znak unutar društvene razmjene.

Polazište teorijskog okvira nalazi se u simboličkom interakcionizmu, prema kojem značenje ne proizlazi iz samih objekata ili znakova, nego iz društvene interakcije (Mead, 1934; Blumer, 1969). Tetovaža ne posjeduje inherentno značenje; ona postaje komunikacijski relevantna tek u trenutku kada je drugi interpretiraju. Identitet se prema Meadovu shvaćanju konstituira u procesu uzimanja uloge drugoga, pri čemu pojedinac anticipira moguće reakcije okoline. Vidljivost tetovaže u tom je kontekstu dio procesa „ogledanja u društvu”. Ako pojedinac očekuje negativnu evaluaciju, njegova komunikacijska praksa već je oblikovana anticipacijom tog pogleda. Ovdje je posebno relevantna Goffmanova dramaturška teorija društvene interakcije (Goffman, 1959), prema kojoj društveni život funkcionira kao niz situacijskih nastupa. Tijelo i njegov izgled čine dio „opreme nastupa”, a tetovaža postaje element koji može stabilizirati ili destabilizirati definiciju situacije.

Neverbalna komunikacija čini temeljni sloj društvene interakcije. Labaš (1999) tijelo opisuje kao „produžetak duše”, naglašavajući njegovu komunikacijsku funkciju prije svake verbalne razmjene. Tijelo prenosi poruke o pripadnosti, vrijednostima, statusu i identitetu. Tetovaža se u tom okviru može razumjeti kao pojačani neverbalni signal, trajno integriran u tjelesni kod. Ona nije prolazni element prezentacije poput odjeće, nego dugoročna komunikacijska odluka. Empirijska istraživanja potvrđuju komunikacijsku dimenziju tetovaža. Doss i Ebesu Hubbard (2009: 66) pokazali su da vidljivost tetovaža korelira s razinom javne samosvijesti, dok Broussard i Harton (2018) dokumentiraju postojanje stabilnih negativnih stereotipa prema tetoviranim osobama. Time se potvrđuje da tetovaže funkcioniraju kao društveno čitljivi znakovi koji utječu na inicijalne procjene.

Naude i Naude (2024) tetovaže interpretiraju kao element narativnog identiteta, odnosno kao način strukturiranja osobne biografije na temelju tjelesne simbolike.

U hrvatskom kontekstu komunikacijska i sociokulturna dimenzija tetovaža obrađivana je u radovima Herceg (2017), Dorotka (2017), Haluga i Sviličić (2020), te Haluga (2025), koji tetoviranje smještaju u širi okvir identitetskih, kulturnih i komunikacijskih transformacija suvremenog društva.

U semiotičkoj perspektivi, značenje se ne iscrpljuje u samom znaku, nego nastaje u procesu označavanja, interpretacije i kulturnoga kodiranja. Eco (1976) semiotiku razumije kao teoriju procesa označavanja i komunikacije, dok Nöth (2004) dodatno naglašava da znakovi funkcioniraju unutar širih kulturnih kodova. U tom smislu, tetovaža nije samo vizualni ukras, nego znak koji ulazi u proces društvenog čitanja i interpretacije. Tetovaža u tom smislu funkcionira kao: ikonički znak (vizualna reprezentacija), simbolički znak (kulturološko značenje) i indeks (trag iskustva, biografije). Tijelo postaje tekst koji je stalno izložen čitanju. Međutim, interpretacija nikada nije pod potpunom kontrolom nositelja znaka. Upravo ta interpretativna otvorenost generira komunikacijski rizik.

Semiotički gledano, vidljivost je ključna: znak koji nije vidljiv ne ulazi u proces semioze. Vidljivost tetovaže aktivira interpretativni proces i uvodi tijelo u sferu javne simboličke razmjene.

Goffmanov koncept upravljanja dojmom (1959) omogućuje razumijevanje regulacije vidljivosti tetovaža kao racionalne komunikacijske strategije. Pojedinaac prilagođava prezentaciju ovisno o publici i procijenjenom evaluativnom riziku. U profesionalnim kontekstima, gdje je prisutna hijerarhijska asimetrija, tijelo postaje dio profesionalnog „brenda“.

Koncept osobnog brendiranja dodatno razrađuju Alonso-Gonzalez, Peris-Ortiz i Cao-Alvira (2019), dok Anholt (2007) govori o konkurentskom identitetu. Cutlip, Center i Broom (2006) te Tomić (2008) ističu važnost reputacijskoga kapitala u javnoj percepciji.

Tetovaža u tom kontekstu može funkcionirati kao simbol autentičnosti, ali i kao potencijalni reputacijski rizik, što će posebno biti relevantno u istraživačkom dijelu ovog rada.

Tetovaže imaju dugu povijest u etnološkim i religijskim praksama. One su služile kao oznake pripadnosti, ritualne inicijacije ili zaštite. U religijskom kontekstu, stavovi prema tetoviranju variraju, od zabrana do ritualne legitimacije. U sociološko-antropološkoj perspektivi tetovaža se promatra kao oblik tjelesne simboličke proizvodnje, smještene između individualne autonomije i društvene regulacije.

Integracijom simboličkog interakcionizma, teorije neverbalne komunikacije, semiotike i teorije upravljanja dojmom, vidljivost tetovaža može se razumjeti kao: semiotički aktivirana tjelesna praksa, neverbalni komunikacijski signal, identitetski narativni alat i situacijski regulirani element profesionalne prezentacije. Tijelo se pritom pojavljuje kao aktivni medij, a ne pasivna površina značenja.

Dosadašnja istraživanja tetovaža: stigma, identitet i komunikacija

Empirijska istraživanja tetovaža u suvremenim društvima upućuju na njihovu višeslojnu društvenu funkciju, koja nadilazi estetsku dimenziju i uključuje identitetske, komunikacijske i normativne aspekte. U komunikološkom kontekstu osobito je relevantno istraživanje Doss i Ebesu Hubbard (2009: 66), koje pokazuje da je vidljivost tetovaža povezana s javnom samosviješću i upravljanjem tjelesnom prezentacijom. Autori naglašavaju da pojedinci s izraženijom javnom samosviješću pažljivije reguliraju vidljivost tetovaža u situacijama koje uključuju potencijalnu evaluaciju (Doss i Ebesu Hubbard, 2009: 67). Ovi nalazi izravno upućuju na vezu između tjelesne vidljivosti i anticipacije društvene procjene.

Slično tome, Broussard i Harton (2018) u istraživanju stavova prema tetoviranim osobama potvrđuju postojanje negativnih stereotipa, osobito u profesionalnom kontekstu. Autori zaključuju da su tetovirane osobe češće percipirane kao manje profesionalne ili manje pouzdane u usporedbi s netetoviranim osobama premda se ti stavovi razlikuju ovisno o dobi i iskustvu ispitanika (Broussard i Harton, 2018: 523). Ovakvi nalazi pružaju empirijsku podlogu za pretpostavku da vidljivost tetovaža može biti uključena u proces profesionalne evaluacije.

Recentniji rad Naude i Naude (2024) konceptualizira tetovaže kao element narativnog identiteta, ističući da pojedinci tetovažama artikuliraju osobne životne priče i vrijednosti. Autori naglašavaju da tetovaža istodobno funkcionira kao osobni simbol i kao javno čitljiv znak, čime ulazi u sferu društvene interpretacije (Naude i Naude, 2024: 81). Ova dvostruka priroda tetovaže, kao privatnog značenja i javnog znaka, osobito je relevantna za razumijevanje njezine komunikacijske dimenzije.

U hrvatskom kontekstu, Haluga i Sviličić (2020: 243) analiziraju tradicijsku tetovažu kao kulturno kodirani znak koji nadilazi individualnu estetiku i upisuje se u kolektivnu simboliku. Dorotka (2017) tetovažu interpretira kao medij sjećanja i identitetske artikulacije, dok Herceg (2017) pokazuje njezinu povezanost s religijskim i kulturnim praksama. Ovi radovi potvrđuju da tetovaža u domaćem istraživačkom prostoru nije marginalna pojava, nego prepoznat društveno-kulturni fenomen.

Metodologija i znanstvene hipoteze

Polazeći od teorijskog okvira koji tijelo razumijeva kao aktivni komunikacijski medij, a vidljivost tetovaža kao situacijski i normativno uvjetovanu komunikacijsku praksu, empirijsko istraživanje usmjereno je na ispitivanje percepcija i komunikacijskih strategija povezanih s izraženijom vidljivošću tetovaža. Središnji analitički interes usmjeren je na način na koji nositelji tetovaža procjenjuju komunikacijske

posljedice vidljivosti vlastitog tijela, osobito u odnosu na profesionalna očekivanja i prilagodbu tjelesne prezentacije.

Istraživačka pitanja

Opći cilj istraživanja jest ispitati na koji način vidljivost tetovaža funkcionira kao komunikacijski čimbenik u profesionalno relevantnim situacijama te kako je povezana s (a) percepcijom profesionalnog rizika i (b) praksama regulacije tjelesne prezentacije u interakcijama različitoga evaluativnog karaktera. Drugim riječima, istraživanje ne promatra tetovažu samo kao estetsku ili individualnu odluku, nego kao vizualni neverbalni znak čija vidljivost može biti interpretirana, vrednovana i regulirana ovisno o društvenom kontekstu. Time je jasno definiran predmet istraživanja, njegova komunikacijska dimenzija i operativni fokus na dvije empirijski provjerljive relacije: odnos vidljivosti i percepcije rizika te odnos interakcijskoga konteksta i regulacije vidljivosti.

Prvo istraživačko pitanje (IP1) usmjereno je na odnos između vidljivosti tetovaža i percepcije profesionalnog rizika: Postoji li povezanost između stupnja vidljivosti tetovaža i percepcije profesionalnog rizika u profesionalno relevantnim situacijama? Ovo pitanje proizlazi iz pretpostavke da tjelesna vidljivost (posebno vidljivost trajnih znakova poput tetovaža) može utjecati na očekivanja o tome kako će pojedinac biti procijenjen u profesionalnom prostoru. U profesionalno relevantnim situacijama, percepcija rizika može uključivati očekivanje negativne procjene kompetentnosti, ozbiljnosti ili profesionalne prikladnosti, neovisno o tome što je stvarni ishod interakcije. IP1 je formulirano operativno tako da se može empirijski provjeriti mjerama vidljivosti i mjerama percepcije profesionalnog rizika.

Iz IP1 proizlazi prva hipoteza (H1): Izraženija vidljivost tetovaža povezana je s višom percepcijom profesionalnog rizika i mogućnosti negativne evaluacije u profesionalno relevantnim situacijama. Ova hipoteza predstavlja izravnu empirijsku operacionalizaciju IP1. Njome se ne tvrdi da negativna procjena mora nužno nastupiti, nego se ispituje odnos između vidljivosti tetovaža i subjektivne procjene evaluativnog rizika. Time se hipoteza uklapa u komunikološki fokus rada jer polazi od toga da percepcija i očekivanje mogu strukturirati ponašanje i komunikacijsko odlučivanje, čak i kada su stvarni ishodi nepoznati.

Drugo istraživačko pitanje (IP2) usmjereno je na situacijsku regulaciju vidljivosti i upravljanje dojmom: Razlikuju li se strategije regulacije vidljivosti tetovaža ovisno o interakcijskom kontekstu, odnosno prisutnosti autoritativnog sugovornika? Ovo pitanje proizlazi iz pretpostavke da su komunikacijske strategije tjelesne prezentacije situacijski uvjetovane. U interakcijama s autoritetima (npr. poslodavcima, na-

dređenima, službenim osobama ili osobama s evaluativnom moći) pojedinci mogu procjenjivati veći reputacijski ili profesionalni rizik pa je očekivano da će češće regulirati vidljivost tetovaža (npr. prikrivanjem, odabirom odjeće, izbjegavanjem situacija ili selektivnim otkrivanjem). IP2 je također formulirano operativno i omogućuje usporedbu učestalosti regulacijskih strategija u autoritativnim i neautoritativnim kontekstima.

Iz IP2 proizlazi druga hipoteza (H2): Strategije regulacije vidljivosti tetovaža češće su u autoritativnim nego u neautoritativnim interakcijama. Ovom se hipotezom izravno testira pretpostavka o situacijskoj prirodi upravljanja dojmom kroz tjelesnu prezentaciju. Hipoteza je jasno usmjerena na ponašajni aspekt (regulacija vidljivosti), a njezina je provjera izvediva na temelju usporedbi između konteksta interakcija. (Neautoritativni sugovornici u ovom se radu odnose na osobe koje ne posjeduju formalnu hijerarhijsku, evaluacijsku ili institucionalnu moć nad ispitanikom (npr. kolege, poznanici, klijenti ili suradnici)).

Tako formulirane hipoteze omogućuju empirijsko ispitivanje odnosa između vidljivosti tetovaža, percipiranih profesionalnih očekivanja i komunikacijskih strategija nositelja tetovaža. Hipoteze proizlaze iz teorijskog okvira rada i prethodnih istraživanja te su operacionalizirane s obzirom na mjere percepcije profesionalnog rizika i regulacije vidljivosti tetovaža. Budući da je istraživanje usmjereno na subjektivne procjene i komunikacijske interpretacije, testiranje hipoteza provodi se na razini percepcija i samoprocjena ispitanika, a ne na razini objektivnih profesionalnih ishoda.

Metodološki pristup usmjeren je na zahvaćanje subjektivnih procjena ispitanika kao legitimnog i teorijski relevantnoga komunikacijskog podatka.

S obzirom na to da teorijski okvir rada polazi od simboličko-interakcionističke pretpostavke prema kojoj se značenja i komunikacijski učinci oblikuju na temelju interpretacija i očekivanja aktera, empirijsko istraživanje koncipirano je tako da omogućiti uvid u načine na koje nositelji tetovaža percipiraju komunikacijske posljedice vidljivosti vlastitih tetovaža u profesionalno i društveno relevantnim situacijama. Metodološki dizajn stoga ne teži kauzalnom objašnjenju ponašanja drugih, nego analizi percepcije rizika, normativnih očekivanja i strategija upravljanja dojmom.

Kvantitativno istraživanje provedeno je metodom online ankete na prigodnom uzorku punoljetnih osoba (18+) s prebivalištem u Republici Hrvatskoj koje su se barem jednom u životu tetovirale. Istraživanje je teritorijalno obuhvaćalo cijelu Hrvatsku, bez regionalnog ograničenja.

Prikupljanje podataka odvijalo se u razdoblju od 13. veljače do 17. ožujka 2025. godine online upitnikom izrađenog u alatu Google Forms. Upitnik je distribuiran

digitalnim komunikacijskim kanalima, uključujući društvene mreže i osobne komunikacijske mreže istraživača, s ciljem dosezanja populacije osoba s iskustvom tetoviranja. Odabir online distribucije temeljen je na procjeni da se ciljna populacija aktivno koristi digitalnim platformama te da je takav način prikupljanja podataka primjeren istraživanju percepcija i samoprocjena.

Ukupno je 912 sudionika započelo ispunjavanje upitnika. Od toga je 704 sudionika u potpunosti dovršilo anketu te su njihovi odgovori uključeni u konačnu analizu ($N = 704$). Stopa dovršenosti iznosila je 77,2 %, dok je 22,8 % započetih upitnika ostalo nedovršeno te nisu uključeni u statističku obradu.

S obzirom na način regrutacije sudionika, riječ je o prigodnom (neprobabilističkom) uzorku, zbog čega se rezultati ne mogu generalizirati na cjelokupnu populaciju tetoviranih osoba u Republici Hrvatskoj, nego se interpretiraju kao pokazatelji obrazaca percepcije i ponašanja unutar analiziranog uzorka.

Uzorak, dakle, čine ispravno ispunjene ankete, odnosno $N = 704$ ispitanika, što omogućuje stabilne deskriptivne i inferencijalne analize povezanosti među varijablama. Rodna struktura uzorka obilježena je većom zastupljenošću žena (približno tri četvrtine uzorka), uz manji udio muškaraca i marginalnu zastupljenost drugih rodni identifikacija. Dobna struktura obuhvaća širok raspon odrasle populacije, s najvećom koncentracijom ispitanika u dobnim skupinama od kasnih dvadesetih do srednjih četrdesetih godina. Većina sudionika živi u urbanim sredinama, uz zastupljenost ispitanika iz manjih gradova i ruralnih područja. Obrazovna struktura uzorka obuhvaća različite razine formalnog obrazovanja, od srednjoškolskog do visokoškolskog, što omogućuje analizu komunikacijskih obrazaca u heterogenom obrazovnom kontekstu, bez pretpostavke obrazovne homogenosti populacije.

Rodna distribucija uzorka razmatra se u skladu s etabliranim uvidima metodologije anketnih istraživanja prema kojima su razlike u stopama odaziva između žena i muškaraca stabilan, ponovljiv i empirijski dokumentiran obrazac, osobito u kontekstu dobrovoljnih i online anketa (Groves et al., 2009). Metodološka istraživanja dodatno ističu da žene u prosjeku pokazuju veću spremnost na sudjelovanje u istraživanjima koja uključuju samorefleksiju, izražavanje stavova i evaluaciju osobnih iskustava, što je osobito izraženo u temama koje se odnose na tijelo, identitet i društvenu percepciju (Dillman, Smyth i Christian, 2014).

U tom smislu, veća zastupljenost žena u uzorku ne interpretira se kao metodološki nedostatak, nego kao očekivana posljedica interakcije istraživačke teme, načina prikupljanja podataka i dobrovoljne prirode sudjelovanja. Važno je pritom naglasiti da se rodna struktura uzorka u ovom radu tretira analitički, a ne normativno. Predmet istraživanja nisu rodno-specifični bihevioralni učinci, nego komunikacijski obrasci

vezani uz vidljivost tetovaža i percepciju profesionalnog konteksta. Nalazi se stoga ne tumače kao rodno reprezentativan presjek populacije, nego kao teorijski informirani uvid u obrasce percepcije i komunikacijskog ponašanja unutar dostupnog uzorka, pri čemu rod ostaje potencijalna analitička varijabla, a ne izvor metodološke pristranosti per se.

Instrument istraživanja bio je strukturirani anketni upitnik koji se sastojao od 45 pitanja zatvorenog tipa. Upitnik je obuhvatio tri temeljna tematska bloka:

- (1) sociodemografska obilježja ispitanika,
- (2) biografske i situacijske aspekte povezane s tetoviranjem,
- (3) stavove i iskustva vezane uz vidljivost tetovaža te njihovu društvenu i profesionalnu recepciju.

Posebna pozornost posvećena je operacionalizaciji konstrukta vidljivosti tetovaža, koji je tretiran kao gradabilna i kontekstualno promjenjiva kategorija. Vidljivost je operacionalizirana s obzirom na procjene stupnja izloženosti tetovaža u profesionalno relevantnim i društvenim situacijama, čime je omogućeno razlikovanje izraženije i manje izražene vidljivosti. Takva operacionalizacija predstavlja analitički preduvjet za ispitivanje povezanosti između vidljivosti, percepcije profesionalnog rizika i komunikacijskih strategija upravljanja dojmom.

Obrada i analiza kvantitativnih podataka provedena je kombinacijom deskriptivne i inferencijalne statistike. Na deskriptivnoj razini prikazani su osnovni pokazatelji raspodjele odgovora (frekvencije i postoci), dok je za ispitivanje povezanosti između kategorijskih varijabli korišten Pearsonov hi-kvadrat test neovisnosti. Odabir toga statističkog postupka metodološki je primjeren s obzirom na razinu mjerenja varijabli i istraživački cilj rada, koji je usmjeren na utvrđivanje povezanosti i razlika među skupinama, a ne na kauzalno zaključivanje (Agresti, 2019).

Analitička strategija rada usmjerena je na empirijsku provjeru dviju hipoteza koje proizlaze iz teorijskog okvira i operacionalizacije ključnih pojmova: vidljivosti tetovaža, percepcije profesionalnog rizika i strategija upravljanja vidljivošću. S obzirom na prirodu prikupljenih podataka, koji su u najvećoj mjeri kategorijskog tipa, te na istraživačke ciljeve rada usmjerene na ispitivanje povezanosti između varijabli, analitički pristup temelji se na primjeni bivarijatnih statističkih analiza, prvenstveno Pearsonova hi-kvadrat testa neovisnosti.

Hipoteza H1 usmjerena je na ispitivanje odnosa između stupnja vidljivosti tetovaža i percepcije rizika negativne profesionalne procjene. Neovisna varijabla u ovoj analizi jest stupanj vidljivosti tetovaža, operacionaliziran na temelju procjene učestalosti njihove izloženosti u javnim i profesionalno relevantnim situacijama. Ovisna varijabla odnosi se na percepciju profesionalnog rizika, definiranu s obzirom na

subjektivne procjene ispitanika o mogućem negativnom utjecaju vidljivih tetovaža na profesionalnu evaluaciju, zapošljavanje i karijerni razvoj. Analiza se provodi križanjem navedenih varijabli u kontingencijskoj tablici, uz primjenu Pearsonova hi-kvadrat testa neovisnosti, kako bi se utvrdilo postoji li statistički značajna povezanost između stupnja vidljivosti tetovaža i razine percipiranog profesionalnog rizika. Takav analitički postupak omogućuje identifikaciju obrasca povezanosti među varijablama, bez pretpostavke o kauzalnom smjeru odnosa.

Hipoteza H2 usmjerena je na ispitivanje odnosa između stupnja vidljivosti tetovaža i strategija upravljanja vidljivošću u profesionalnom kontekstu. Neovisna varijabla u ovoj analizi ponovno je stupanj vidljivosti tetovaža, dok je ovisna varijabla operacionalizirana kroz prisutnost i tip strategija koje ispitanici koriste za regulaciju izloženosti tetovaža u profesionalnim situacijama, uključujući prikrivanje, selektivno otkrivanje ili izostanak svjesnih strategija prilagodbe. Analiza se provodi križanjem navedenih varijabli u kontingencijskoj tablici, uz primjenu Pearsonova hi-kvadrat testa neovisnosti, čime se ispituje postoji li statistički značajna povezanost između izraženije vidljivosti tetovaža i učestalijega korištenja strategija upravljanja vidljivošću.

U objema analizama naglasak je stavljen na interpretaciju smjera i strukture povezanosti između varijabli, pri čemu se statistička značajnost promatra kao indikator empirijske potpore hipotezama, a ne kao dokaz kauzalnih odnosa. Dobiveni rezultati interpretiraju se u skladu s teorijskim okvirom koji tetovaže razumijeva kao komunikacijske znakove, a tijelo kao aktivni medij društvene interakcije, s posebnim naglaskom na napetost između vidljivosti, društvene procjene i individualne agensnosti u profesionalnom prostoru. Time se osigurava metodološka koherentnost između teorijskog okvira, istraživačkih pitanja i empirijske analize te se omogućuje teorijski relevantno tumačenje nalaza bez prekoračenja analitičkog dosega istraživanja.

Operacionalizacija teorijskih pojmova

Polazeći od integriranoga teorijskog okvira koji povezuje simbolički interakcionizam, semiotičku teoriju, medijsku teoriju, dramaturški pristup upravljanju dojmom, teoriju simboličkoga kapitala i teorije normativne regulacije tijela, u ovom se istraživanju ključni teorijski pojmovi operacionaliziraju na način koji omogućuje njihovo empirijsko ispitivanje s obzirom na percepcije, stavove i komunikacijske prakse ispitanika. Operacionalizacija pojmova pritom ne podrazumijeva njihovo pojednostavljivanje, nego njihovo prevođenje u empirijski dostupne dimenzije koje zadržavaju teorijsku relevantnost i interpretativni potencijal.

Vidljivost tetovaža u ovom se istraživanju ne shvaća kao binarna kategorija prisutnosti ili odsutnosti, već kao stupnjevita i kontekstualno varijabilna dimenzija tjelesne prezentacije. Operacionalizira se s obzirom na samoprocjene ispitanika o učestalosti i razini izloženosti tetovaža u javnim i društveno relevantnim situacijama. Vidljivost se pritom razumije kao komunikacijska praksa povezana s upravljanjem dojmom, a ne kao fiksna ili isključivo fizička karakteristika tijela. Ovakav pristup izravno proizlazi iz dramaturške teorije društvene interakcije, prema kojoj pojedinci prilagođavaju tjelesnu prezentaciju percipiranim očekivanjima publike i situacijskom kontekstu (Goffman, 1959).

Percepcija tetovaža operacionalizira se kao subjektivna procjena komunikacijskih učinaka vidljivih tetovaža, pri čemu se ispituje kako ispitanici procjenjuju utjecaj tetovaža na doživljaj profesionalnosti, ozbiljnosti, kompetentnosti i društvene prihvatljivosti. Percepcija se pritom ne tretira kao objektivna procjena stvarnih profesionalnih ishoda, nego kao interpretativni proces utemeljen na osobnim iskustvima, društvenim normama i anticipiranim reakcijama okoline. Ova operacionalizacija proizlazi iz simboličko-interakcionističke pretpostavke da značenje ne proizlazi iz samog znaka, nego iz procesa njegove interpretacije u društvenoj interakciji (Mead, 1934; Blumer, 1969).

Pojam tijela kao komunikacijskog medija operacionalizira se na temelju ispitanikovih procjena o tome u kojoj mjeri tjelesna obilježja, uključujući vidljive tetovaže, sudjeluju u formiranju prvih dojmova i dugoročnih percepcija u društvenim interakcijama. Tijelo se u tom smislu promatra kao trajni nositelj komunikacijskih signala koji djeluju paralelno s verbalnom komunikacijom, a tetovaže kao stabilni elementi tog medija. Ova operacionalizacija proizlazi iz medijske teorije prema kojoj forma medija strukturira komunikacijski učinak poruke (McLuhan 1964), pri čemu se empirijski fokus zadržava na percipiranim, a ne objektivno mjerljivim komunikacijskim učincima.

Upravljanje dojmom operacionalizira se s obzirom na deklarirane strategije prilagodbe vidljivosti tetovaža, uključujući svjesno skrivanje, selektivno otkrivanje ili izostanak namjerne regulacije. Ova dimenzija ispituje se na temelju samoprocjene ispitanika o vlastitim komunikacijskim praksama u različitim društveno relevantnim situacijama. Upravljanje dojmom pritom se ne promatra normativno, nego analitički, kao oblik komunikacijske racionalnosti kojom pojedinci nastoje uskladiti tjelesnu prezentaciju s percipiranim očekivanjima okoline, u skladu s dramaturškim pristupom društvenoj interakciji (Goffman, 1959).

Profesionalni prostor u ovom se istraživanju operacionalizira kao percipirani normativni okvir unutar kojeg ispitanici procjenjuju prihvatljivost vidljivih tetovaža.

Profesionalni prostor ne shvaća se kao objektivno definirano radno okruženje ili institucionalna struktura, nego kao skup internaliziranih očekivanja, normi i pretpostavki koje ispitanici povezuju s profesionalnom prikladnošću i društvenom legitimnošću. Ovakva operacionalizacija omogućuje povezivanje Bourdieuove teorije simboličkoga kapitala i društvenih polja s Foucaultovim konceptom normativne regulacije tijela, pri čemu se empirijska analiza zadržava na razini percepcija i stavova (Bourdieu, 1984; Foucault, 1977).

Simbolička vrijednost tetovaža operacionalizira se kao percipirani društveni učinak vidljivih tetovaža u različitim komunikacijskim kontekstima, osobito u odnosu na profesionalnu prepoznatljivost, autentičnost i društvenu prihvatljivost. Ova dimenzija proizlazi iz Bourdieuova koncepta simboličkoga kapitala prema kojem tjelesna obilježja mogu imati različitu komunikacijsku vrijednost ovisno o strukturi društvenog polja. U istraživanju se simbolička vrijednost ispituje na temelju procjena ispitanika o tome doživljavaju li vidljive tetovaže kao potencijalni resurs ili kao ograničenje u profesionalnoj komunikaciji.

Normativna regulacija tijela operacionalizira se s obzirom na percepciju implicitnih i eksplicitnih pravila koja oblikuju prihvatljivost vidljivih tetovaža u društvenom i profesionalno relevantnom prostoru. Ova dimenzija proizlazi iz teorija disciplinarnosti i normalizacije tijela prema kojima se društvene norme internaliziraju u svakodnevnim komunikacijskim praksama (Foucault 1977). Empirijski se ispituje na temelju stavova ispitanika o postojanju nepisanih pravila, očekivanja i potencijalnih sankcija vezanih uz tjelesnu prezentaciju.

Ovakva operacionalizacija teorijskih pojmova omogućuje uspostavljanje jasnoga metodološkog mosta između teorijskog okvira i empirijskog dijela istraživanja. Time se apstraktni teorijski koncepti prevode u empirijski dostupne dimenzije, pri čemu se zadržava njihova teorijska dubina i konceptualna dosljednost, a rezultati istraživanja postaju interpretabilni u odnosu na postojeće sociološke i komunikacijske teorije.

Rezultati istraživanja

Hipoteza H1 pretpostavlja da je izraženija vidljivost tetovaža povezana s višom percepcijom profesionalnog rizika, odnosno s većom učestalošću procjena da vidljive tetovaže mogu izazvati negativne evaluacije profesionalnosti, ozbiljnosti, kompetentnosti i društvene prikladnosti u profesionalno relevantnim situacijama. U svrhu provjere H1, najprije se prikazuje distribucija vidljivosti tetovaža u uzorku, a zatim

percepcije interakcija i diferencijacija prima vista percepcije u odnosu na vidljivost tetovaža.

Deskriptivni podaci pokazuju da značajan dio ispitanika svoje tetovaže procjenjuje kao vidljive u širem društvenom i profesionalnom prostoru, čime se potvrđuje da vidljivost tetovaža nije marginalan, već komunikacijski relevantan fenomen unutar promatranog uzorka.

Tablica 1. Vidljivost tetovaža u svakodnevnoj interpersonalnoj interakciji

Table 1. Tattoo Visibility in Everyday Interpersonal Interaction

Vidljivost tetovaža u svakodnevnoj interpersonalnoj interakciji		f	%
Vidljivost tetovaža široj javnosti s obzirom na poziciju tetovaže	Nikada se ne vide	13	2 %
	Gotovo nikada	46	6 %
	Katkada se vide	316	45 %
	Često se vide	234	33 %
	Uvijek se vide	95	14 %
UKUPNO		704	100 %

Izvor: Vlastito istraživanje 2025.

Source: Own research, 2025.

U kontekstu percepcije profesionalnog rizika, rezultati pokazuju izraženu prisutnost negativnih procjena koje ispitanici pripisuju reakcijama svoje profesionalne okoline. Značajan udio ispitanika navodi da smatra kako vidljive tetovaže mogu nepovoljno utjecati na način na koji ih drugi procjenjuju u profesionalnom kontekstu, osobito u situacijama zapošljavanja, profesionalnog napredovanja ili javne profesionalne izloženosti. Ove procjene uključuju očekivanja smanjene ozbiljnosti, dovođenja u pitanje profesionalne kompetentnosti te općenito rezerviraniji ili osuđujući stav okoline.

Radi ispitivanja povezanosti između stupnja vidljivosti tetovaža i percepcije profesionalnog rizika provedena je bivarijatna analiza primjenom Pearsonova hi-kvadrat testa neovisnosti. Rezultati analize upućuju na izražen pomak u distribuciji odgovora između stupnja vidljivosti tetovaža i učestalosti izražavanja percepcije nega-

Tablica 2. Subjektivni doživljaj tetoviranih osoba u interpersonalnim interakcijama u kojima je tetovaža vidljiva sugovorniku

Table 2. Subjective Experience of Tattooed Individuals in Interpersonal Interactions in Which the Tattoo Is Visible to the Interlocutor

Subjektivni doživljaj tetoviranih osoba u interpersonalnim interakcijama u kojima je tetovaža vidljiva sugovorniku (N = 704)		f	%
Percepcija interakcije	Izrazito pozitivan	56	8 %
	Pozitivan	92	13,1 %
	Neutralan	134	19 %
	Negativan	248	35,2 %
	Izrazito negativan	174	24,7 %
UKUPNO		704	100 %

Izvor: Vlastito istraživanje 2025.
Source: Own research, 2025.

Tablica 3. Diferencijacija prima vista percepcije pri interpersonalnim interakcijama u ovisnosti o vidljivosti tetovaža

Table 3. Differentiation of Prima Vista Perceptions in Interpersonal Interactions Depending on Tattoo Visibility

Diferencijacija prima vista percepcije pri interpersonalnim interakcijama u ovisnosti o vidljivosti tetovaža (N = 704)	Manje vidljive tetovaže		Vidljive tetovaže		
	f	%	f	%	
Percepcija postignute interakcije sa sugovornikom ili grupom	Izrazito pozitivna	28	8,0 %	6	1,7 %
	Pozitivna	66	18,8 %	24	6,8 %
	Neutralna	118	33,5 %	64	18,2 %
	Negativna	92	26,1 %	146	41,5 %
	Izrazito negativna	48	13,6 %	112	31,8 %
UKUPNO		704		100 %	

Izvor: Vlastito istraživanje 2025.
Source: Own research, 2025.

tivne profesionalne procjene. Ispitanici čije su tetovaže vidljivije u svakodnevnim i profesionalno relevantnim situacijama češće iskazuju uvjerenje da ih profesionalna okolina percipira negativno ili s određenom dozom osude, u usporedbi s ispitanicima čije su tetovaže manje vidljive ili uglavnom skrivene.

Važno je naglasiti da ovi nalazi ne upućuju na empirijski potvrđeno postojanje sustavne diskriminacije tetoviranih osoba, već na subjektivne procjene ispitanika o mogućim komunikacijskim i evaluativnim posljedicama vidljivosti tetovaža. Međutim, upravo takve procjene imaju visoku komunikacijsku relevantnost jer oblikuju očekivanja, anticipaciju reakcija profesionalne okoline i način na koji ispitanici strukturiraju vlastito ponašanje u profesionalno značajnim situacijama.

U tom smislu, percepcija negativne profesionalne evaluacije funkcionira kao komunikacijski učinkovita realnost, neovisno o tome hoće li se takva evaluacija u konkretnim interakcijama doista i ostvariti. Rezultati stoga pružaju empirijsku potporu hipotezi H1, potvrđujući da je izraženija vidljivost tetovaža povezana s izraženijom percepcijom profesionalnog rizika, osobito na razini inicijalne, prima vista procjene u interpersonalnim susretima.

Vidljivost tetovaža u profesionalno relevantnim situacijama ne pojavljuje se kao neutralna tjelesna karakteristika, nego kao komunikacijski znak koji ispitanici povezuju s potencijalno nepovoljnim evaluacijama vlastite profesionalnosti, ozbiljnosti i društvene prikladnosti. Takav nalaz u skladu je s teorijskim pretpostavkama o tijelu kao komunikacijskom mediju i o upravljanju dojmom, pri čemu subjektivna percepcija rizika predstavlja ključni mehanizam regulacije tjelesne prezentacije u profesionalnom prostoru.

Hipoteza H2 polazi od pretpostavke da se strategije regulacije vidljivosti tetovaža ne pojavljuju kao stabilna, „osobinska” navika jednaka u svim situacijama, nego kao kontekstualno uvjetovana komunikacijska praksa. Drugim riječima, ako tijelo shvatimo kao medij koji u interakciji stalno „emitira” neverbalne signale, tada je očekivano da će nositelji tetovaža diferencirati načine na koje taj medij čine dostupnim (vidljivim) ili kontroliranim (prikrivenim), ovisno o tome kakvu „publiku” procjenjuju da imaju pred sobom i kakve su potencijalne posljedice njihove tjelesne prezentacije. H2 se, dakle, empirijski usmjerava na pitanje situacijske adaptacije, odnosno na to postoji li obrazac koji upućuje na promjenu strategija vidljivosti u odnosu na hijerarhiju i evaluativnu moć sugovornika.

U istraživanju je ovaj koncept operacionaliziran razlikovanjem dvaju tipova interakcijskog okvira: (a) interakcija s autoritetima te (b) interakcija s neautoritativnim sugovornicima. Autoriteti su definirani široko, ali smisleno, kao sugovornici ili situacije u kojima postoji formalna ili neformalna hijerarhijska asimetrija te mogućnost

procjene, sankcioniranja ili odlučivanja o ishodima relevantnima za ispitanika (npr. razgovori za posao, postojeći nadređeni autoriteti, poslodavci, profesori, policija, službene institucije). Neautoritativni sugovornici predstavljaju interakcije u kojima izostaje takav evaluativni i hijerarhijski potencijal (npr. prijatelji, kolege, poznanici, rodbina, suradnici). Važno je naglasiti, ovdje nije riječ o „istomišljenicima” niti o nužno tetoviranim osobama, nego o sugovornicima bez institucionalne moći nad ispitanikom. To je konceptualno važna distinkcija jer se regulacija vidljivosti u ovom radu tumači primarno kao odgovor na evaluativni rizik, a tek sekundarno kao odgovor na bliskost ili sličnost.

U nastavku se najprije prikazuju strategije regulacije vidljivosti tetovaža u interakcijama s autoritetima, a potom u interakcijama s neautoritativnim sugovornicima, kako bi se omogućila njihova usporedna interpretacija.

Tablica 4. Strategije regulacije vidljivosti tetovaža u interpersonalnim interakcijama s autoritetima

Table 4. Strategies for Regulating Tattoo Visibility in Interpersonal Interactions with Authority Figures

Strategije regulacije vidljivosti tetovaža u interpersonalnim interakcijama s autoritetima (N = 704)		f	%
(npr. razgovori za posao, postojeći nadređeni autoriteti, poslodavci, policija, profesori, službene institucije)	Nikada ih ne prikriam	176	25 %
	Uglavnom ne prikriam tetovaže	162	23 %
	U ovisnosti o situaciji ih prikriam	317	45 %
	Uglavnom prikriam tetovaže	35	5 %
	Uvijek prikriam tetovaže	14	2 %
UKUPNO		704	100 %

Izvor: Vlastito istraživanje 2025.
Source: Own research, 2025.

U interakcijama s autoritetima nalazi pokazuju da je dominantna strategija „u ovisnosti o situaciji ih prikriam” (45 %). Taj podatak je teorijski i metodološki vrlo informativan jer sugerira da najveći dio ispitanika ne zauzima rigidnu poziciju potpunog skrivanja ili potpunog otkrivanja, nego koristi selektivnu, situacijski prilagodljivu strategiju. Takva strategija u terminima komunikacijske analize upućuje na aktivnu procjenu konteksta, anticipaciju interpretacija i pokušaj kontrole prvog doj-

ma. Ona implicira da ispitanici autoritativni kontekst doživljavaju kao promjenjiv skup mikrosituacija, unutar kojih se razina prikazivanja tijela (i tetovaže kao znaka) može „fino podešavati” ovisno o procijenjenoj normativnosti okoline, formalnosti interakcije i važnosti ishoda.

Istodobno, značajan udio ispitanika navodi da tetovaže „nikada ne prikrivam” (25 %) ili da ih „uglavnom ne prikrivam” (23 %). Taj nalaz treba uzeti ozbiljno jer pokazuje da autoritativni kontekst sam po sebi ne proizvodi automatsko povlačenje ili skrivanje. Drugim riječima, i unutar situacija koje imaju potencijal profesionalne evaluacije postoji snažna frakcija aktera koji tetovaže tretiraju kao stabilan dio javnog identiteta ili kao obilježje koje ne smatraju komunikacijski rizičnim, ili pak kao obilježje koje iz principa ne žele prilagođavati. Tek manji udio ispitanika navodi izrazito restriktivne strategije „uglavnom prikrivam” (5 %) i „uvijek prikrivam” (2 %). To znači da potpuna kontrola vidljivosti nije prevladavajući obrazac; prevladava selektivna regulacija, dok je „apsolutno skrivanje” relativno rijetko.

Rezultati koji se odnose na strategije regulacije vidljivosti tetovaža u interakcijama s neautoritativnim sugovornicima pružaju važan kontrapunkt obrascima uočenim u autoritativnim situacijama i omogućuju preciznije razumijevanje kontekstualne logike upravljanja tjelesnom prezentacijom. Za razliku od interakcija obilježenih hijerarhijskom asimetrijom i evaluativnim potencijalom, neautoritativni kontekst karakterizira odsutnost formalne moći procjene i sankcioniranja, što se jasno reflektira u distribuciji komunikacijskih strategija.

Tablica 5. Strategije regulacije vidljivosti tetovaža u interpersonalnim interakcijama s neautoritetima

Table 5. Strategies for Regulating Tattoo Visibility in Interpersonal Interactions with Non-Authority Figures

Strategije regulacije vidljivosti tetovaža u interpersonalnim interakcijama s neautoritetima (N = 704)		f	%
(npr. prijatelji, kolege, poznanici, rodbina, suradnici..)	Nikada ih ne prikrivam	317	45 %
	Uglavnom ne prikrivam tetovaže	211	30 %
	U ovisnosti o situaciji ih prikrivam	106	15 %
	Uglavnom prikrivam tetovaže	49	7 %
	Uvijek prikrivam tetovaže	21	3 %
UKUPNO		704	100 %

Izvor: Vlastito istraživanje 2025.

Source: Own research, 2025.

Najizraženiji nalaz odnosi se na činjenicu da gotovo polovica ispitanika (45 %) navodi kako u interakcijama s neautoritativnim sugovornicima nikada ne prikriva svoje tetovaže, dok dodatnih 30 % navodi da ih uglavnom ne prikriva. Kumulativno gledano, tri četvrtine ispitanika u takvim interakcijama tetovaže tretira kao komunikacijski neutralan ili barem neproblematičan element tjelesne prezentacije. Ovaj podatak upućuje na to da u odsustvu hijerarhijske evaluacije tetovaža prestaje funkcionirati kao potencijalni izvor komunikacijskog rizika te se integrira u „normalni” repertoar neverbalne komunikacije.

Takav obrazac snažno sugerira da vidljivost tetovaža u neautoritativnim interakcijama ne zahtijeva dodatnu komunikacijsku regulaciju. Drugim riječima, u tim situacijama ispitanici ne percipiraju potrebu za anticipacijom negativnih interpretacija koje bi mogle imati realne društvene ili profesionalne posljedice. Tetovaža se u tom kontekstu pojavljuje kao obilježje koje ne aktivira mehanizme samokontrole i prilagodbe dojma, nego se prihvaća kao dio uobičajenoga tjelesnog identiteta.

Posebno je indikativan pad udjela strategije „ovisno o situaciji ih prikrivam” na 15 %. U usporedbi s autoritativnim interakcijama, gdje je upravo ta strategija dominantna, ovdje ona postaje sekundarna. Ovaj nalaz ima jasnu teorijsku implikaciju: selektivna regulacija vidljivosti ne proizlazi iz same prisutnosti drugih ljudi, nego iz procjene vrste odnosa i potencijalnih posljedica interakcije. Drugim riječima, ispitanici ne reguliraju vidljivost zato što su u društvu, nego zato što su u situaciji u kojoj bi njihova tjelesna prezentacija mogla biti interpretirana evaluativno.

Manjinski, ali analitički relevantan udio ispitanika i u neautoritativnim interakcijama navodi restriktivne strategije prikrivanja (7 % „uglavnom prikrivam” i 3 % „uvijek prikrivam”). Ovaj nalaz ne proturječi dominantnom obrascu, nego ga dodatno nijansira. On upućuje na postojanje individualnih komunikacijskih stilova i osobnih granica koje nadilaze čisto hijerarhijsko objašnjenje. U tom smislu, dio ispitanika može prikrivati tetovaže i iz razloga poput privatnosti, navike, estetske suzdržanosti ili prethodnih negativnih iskustava, neovisno o formalnoj poziciji sugovornika. Međutim, s obzirom na njihovu relativno nisku zastupljenost, ove strategije ne mijenjaju temeljni zaključak o kontekstualnoj uvjetovanosti regulacije vidljivosti.

Iz komunikacijske perspektive, ovi rezultati upućuju na to da se u neautoritativnim interakcijama tijelo pojavljuje kao medij s niskim normativnim opterećenjem. Vidljivost tetovaža u tom kontekstu ne aktivira procese samonadzora niti zahtijeva prilagodbu prezentacije u svrhu zaštite profesionalnog ili društvenoga kapitala. Time se neautoritativni kontekst može razumjeti kao komunikacijski „siguran prostor” u kojem se tetovaže prestaju doživljavati kao znak koji treba kontrolirati, a postaju dio neproblematične tjelesne ekspresije.

Usporedno promatrano s autoritativnim interakcijama, rezultati za neautoritativne sugovornike jasno potvrđuju temeljnu pretpostavku hipoteze H2: strategije regulacije vidljivosti tetovaža nisu uniformne, nego su snažno uvjetovane percepcijom evaluativne moći sugovornika. Dok autoriteti aktiviraju selektivne i oprezne strategije upravljanja dojmom, neautoritativni sugovornici omogućuju opušteniju i stabilniju tjelesnu prezentaciju. Ovaj nalaz dodatno učvršćuje interpretaciju vidljivosti tetovaža kao situacijski regulirane komunikacijske prakse, a ne kao fiksnoa identitetskog ili estetskog izbora.

Ovi nalazi dodatno potvrđuju da se regulacija vidljivosti tetovaža ne može razumjeti kao trajna osobna dispozicija, nego kao situacijski odgovor na procijenjeni evaluativni kontekst.

Nalazi povezani s hipotezom H1 upućuju na to da izraženija vidljivost tetovaža u profesionalno relevantnim situacijama kod značajnog dijela ispitanika aktivira percepciju mogućih negativnih evaluacija okoline. Iako se ovi rezultati odnose na subjektivne procjene ispitanika, a ne na empirijski potvrđene obrasce diskriminacije, upravo takve procjene predstavljaju ključnu komunikacijsku realnost unutar koje se oblikuju očekivanja, anticipacije i strategije ponašanja u profesionalnim interakcijama.

U komunikacijskom smislu, percepcija rizika ne funkcionira pasivno, već kao aktivni interpretativni okvir koji prethodi samoj interakciji. Kada pojedinac procjenjuje da bi vidljivost određenoga tjelesnog obilježja mogla biti negativno vrednovana, ta procjena ne ostaje na razini stava, nego postaje regulator ponašanja, tjelesne prezentacije i upravljanja dojmom. Time se subjektivna procjena pretvara u praktično relevantan komunikacijski faktor, neovisno o tome hoće li se negativna evaluacija u konkretnom susretu doista i ostvariti.

Upravo iz tog razloga analitički fokus rada logično se pomiče s razine percepcije (H1) na razinu prakse (H2). Dok H1 identificira način na koji ispitanici interpretiraju potencijalne komunikacijske posljedice vidljivosti tetovaža, H2 ispituje kako se te interpretacije prevode u konkretne strategije regulacije vidljivosti u različitim interakcijskim kontekstima. Time se omogućuje razumijevanje vidljivosti tetovaža ne samo kao statičnog obilježja tijela, nego kao dinamički upravljana komunikacijskog znaka.

Takav analitički pomak u skladu je sa simboličko-interakcionističkom pretpostavkom prema kojoj značenja ne proizlaze iz samih obilježja, nego iz interpretacija, očekivanja i anticipiranih reakcija drugih. Vidljivost tetovaže u tom okviru ne posjeduje jednoznačno značenje, nego poprima različite komunikacijske implikacije ovisno o tome tko je sugovornik, kakav je odnos moći u interakciji i koje su moguće posljedice evaluacije.

Hipoteza H2 stoga omogućuje empirijsku provjeru pretpostavke da se regulacija vidljivosti tetovaža ne odvija uniformno, nego situacijski, pri čemu se strategije upravljanja tjelesnom prezentacijom razlikuju u interakcijama s autoritativnim i neautoritativnim sugovornicima. Time se zatvara analitički krug započet u H1: percepcija profesionalnog rizika identificirana u prvoj hipotezi dobiva svoju operativnu dimenziju u komunikacijskim praksama koje ispitanici primjenjuju u konkretnim društvenim i profesionalnim susretima.

Ovakav slijed analize postavlja čvrste temelje za raspravu u kojoj se nalazi mogu interpretirati u svjetlu teorija samoispunjavajućeg proročanstva, upravljanja dojmom i interakcijskoga konstruiranja društvene stvarnosti. Time se rezultati ne svode na puku deskripciju stavova i ponašanja, nego se pozicioniraju unutar širega teorijskog razumijevanja odnosa između tijela, percepcije i društvene evaluacije u suvremenom profesionalnom kontekstu.

Rasprava

Empirijski nalazi ovog istraživanja potvrđuju da vidljivost tetovaža u suvremenom profesionalnom i društvenom prostoru ne funkcionira kao neutralno tjelesno obilježje, nego kao komunikacijski znak čije se značenje proizvodi s obzirom na anticipaciju evaluacije, percepciju normativnih očekivanja i situacijski uvjetovane strategije upravljanja dojmom. Analiza rezultata u odnosu na hipoteze H1 i H2 omogućuje nekoliko teorijski relevantnih uvida koji nadilaze puku deskripciju stavova i ponašanja ispitanika.

Prije svega, nalazi povezani s hipotezom H1 pokazuju da izraženija vidljivost tetovaža kod značajnog dijela ispitanika korelira s izraženijom percepcijom profesionalnog rizika, osobito na razini inicijalne, prima vista procjene u interpersonalnim susretima. Ispitanici čije su tetovaže vidljivije češće navode očekivanje negativnih evaluacija vlastite profesionalnosti, ozbiljnosti, kompetentnosti i društvene prikladnosti. Važno je naglasiti da se ovi rezultati odnose na subjektivne procjene / percepciju ispitanika, a ne na empirijski dokazano postojanje diskriminatornih praksi. Međutim, upravo ta razlika između percepcije i „objektivne stvarnosti” predstavlja središnji teorijski doprinos ovog rada.

U komunikacijskom smislu, percepcija evaluativnog rizika djeluje kao realna i učinkovita društvena činjenica. Ako pojedinac vjeruje da će biti negativno procijenjen, on se ponaša kao da će do takve procjene doći, bez obzira na to hoće li se ona u konkretnom slučaju doista ostvariti. Ovaj nalaz izravno rezonira s Rosenthalovim Pygmalion efektom, prema kojem očekivanja – bilo vlastita, bilo pripisana drugima – imaju moć oblikovanja ponašanja, interakcijsku dinamiku i ishode socijalnih situ-

acija (Rosenthal i Jacobson, 1968). Istodobno, nalazi se jasno uklapaju u Mertonov koncept samoispunjavajućeg proročanstva prema kojem subjektivna definicija situacije proizvodi realne i mjerljive društvene posljedice, neovisno o tome je li početna pretpostavka empirijski točna (Merton, 1948).

U kontekstu ovog istraživanja percepcija potencijalno negativne profesionalne evaluacije ne funkcionira samo kao kognitivna procjena, nego kao aktivni regulator komunikacijskog ponašanja. Subjektivna anticipacija osude, nepovjerenja ili snižene procjene profesionalnosti oblikuje strategije upravljanja vidljivošću tetovaža, način tjelesne prezentacije, ali i šire obrasce ponašanja u profesionalno relevantnim interakcijama.

Ovakav mehanizam dodatno je objašnjiv unutar okvira simboličkog interakcionizma, prema kojem se značenja ne nalaze u samim znakovima, već se proizvode i stabiliziraju s obzirom na društvenu interakciju i interpretaciju (Mead, 1934; Blumer, 1969). Tetovaža, kao vidljiv tjelesni znak, dobiva komunikacijsku snagu tek na temelju anticipirane ili stvarne reakcije drugih, pri čemu upravo očekivana recepcija postaje ključni orijentir ponašanja nositelja tetovaža.

Nadalje, nalazi se izravno nadovezuju na Goffmanovu teoriju upravljanja dojmom prema kojoj akteri u društvenim situacijama kontinuirano prilagođavaju vlastitu prezentaciju kako bi minimizirali rizik negativne evaluacije i osigurali povoljniju definiciju situacije (Goffman, 1959). U tom smislu, regulacija vidljivosti tetovaža ne predstavlja puko estetsko ili identitetsko pitanje, nego racionalnu komunikacijsku strategiju usmjerenu na kontrolu prvog dojma i upravljanje profesionalnim rizikom.

Ključno je pritom naglasiti da empirijski nalazi ovog istraživanja ne govore o objektivno potvrđenoj diskriminaciji, nego o percipiranoj evaluativnoj prijetnji koja, međutim, proizvodi stvarne komunikacijske i ponašajne posljedice. Upravo u toj točki subjektivna percepcija i društvena realnost prestaju biti analitički razdvojive: vjerovanje da će netko biti negativno procijenjen dovodi do ponašanja kao da će se takva procjena doista dogoditi, čime se potvrđuje temeljna logika samoispunjavajućeg proročanstva u profesionalnom komunikacijskom prostoru.

Drugim riječima, rezultati ne govore primarno o tome kako „drugi doista vide tetovirane osobe”, nego o tome kako tetovirane osobe internaliziraju društvene norme i očekivanja te ih ugrađuju u vlastite interpretativne okvire. To je ključna simboličko-interakcionistička poanta: značenje tetovaže ne leži u samoj tetovaži, nego u očekivanju reakcije drugih i u anticipaciji društvene evaluacije. Tijelo se u tom procesu pojavljuje kao medij koji nositelj kontinuirano „čita” očima zamišljene publike.

Nalazi povezani s hipotezom H2 dodatno produbljuju ovo razumijevanje jer pokazuju da se percepcija rizika ne zadržava na razini stava, nego se prevodi u konkretne komunikacijske prakse. Strategije regulacije vidljivosti tetovaža jasno se razlikuju ovisno o interakcijskom kontekstu i percepciji evaluativne moći sugovornika. U interakcijama s autoritetima, gdje postoji formalna ili neformalna hijerarhijska asimetrija i mogućnost procjene, ispitanici najčešće pribjegavaju selektivnim, situacijski prilagodljivim strategijama prikrivanja. Dominantna strategija „ovisno o situaciji ih prikrivam” upućuje na visoku razinu komunikacijske refleksivnosti i aktivno upravljanje dojmom.

Ovakav nalaz snažno je kompatibilan s spomenutim Goffmanovim dramaturškim pristupom društvenoj interakciji. Tijelo se u autoritativnom kontekstu tretira kao „pozornica” na kojoj se pažljivo regulira ono što se pokazuje i ono što se skriva, ovisno o važnosti ishoda, formalnosti situacije i procijenjenim normama publike. Važno je pritom uočiti da autoritativni kontekst ne proizvodi jednoznačno povlačenje ili skrivanje. Značajan dio ispitanika navodi da tetovaže nikada ili uglavnom ne prikriva ni u takvim situacijama, što upućuje na postojanje stabilnih identitetskih pozicija, ali i na pluralnost normativnih režima unutar suvremenoga profesionalnog prostora.

Suprotno tome, u interakcijama s neautoritativnim sugovornicima dolazi do izrazitog pomaka u strategijama regulacije vidljivosti. U odsutnosti hijerarhijske evaluacije i institucionalne moći, velika većina ispitanika tetovaže ne prikriva ili ih uglavnom ne prikriva. Tetovaža u tom kontekstu prestaje funkcionirati kao komunikacijski rizičan znak i integrira se u normalizirani repertoar tjelesne prezentacije. Selektivna regulacija vidljivosti postaje sekundarna, a potpuna kontrola iznimka.

Ova razlika između autoritativnih i neautoritativnih interakcija jasno pokazuje da regulacija vidljivosti tetovaža nije osobinska karakteristika, nego situacijski uvjetovana komunikacijska praksa. Ispitanici ne reguliraju vidljivost zato što su „nesigurni” ili „konformistični”, nego zato što procjenjuju evaluativni potencijal situacije. Time se tijelo potvrđuje kao strateški upravljani komunikacijski resurs, a ne kao pasivni nositelj identiteta.

Integrirano promatrano, nalazi H1 i H2 omogućuju razumijevanje vidljivosti tetovaža kao višeslojnoga komunikacijskog fenomena u kojem se percepcija rizika, anticipacija evaluacije i strategije upravljanja dojmom međusobno uvjetuju. Vidljivost tetovaže ne proizvodi izravno negativne ili pozitivne ishode; ona proizvodi očekivanja, a ta očekivanja oblikuju ponašanje. U tom smislu, komunikacijski učinci tetovaža ne proizlaze iz samih tetovaža, nego iz društvenih interpretacija koje im se pripisuju.

Ovi nalazi imaju i jasne implikacije za buduća istraživanja. S obzirom na to da je empirijski fokus ovog rada bio na percepcijama nositelja tetovaža, sljedeći logičan

istraživački korak bio bi uključivanje perspektive njihovih sugovornika, odnosno analiza recepcije. Usporedba percepcije anketiranih s načinom na koji ih doista percipiraju njihovi profesionalni i društveni recipijenti omogućila bi provjeru stupnja podudarnosti između anticipirane i stvarne evaluacije. Takav dizajn otvorio bi prostor za dublje razumijevanje mehanizama samoispunjavajućih proročanstava, ali i za preciznije mapiranje komunikacijskih asimetrija između subjektivnog doživljaja i društvene recepcije.

U konačnici, ovaj rad pokazuje da tetovaže u suvremenom društvu nisu ni trivijalni estetski ukras ni stabilan simbol otpora, nego situacijski reguliran komunikacijski znak čije se značenje proizvodi u svakodnevnim interakcijama, unutar konkretnih odnosa moći i normativnih očekivanja. Upravo u toj dinamičnoj napetosti između tijela, percepcije i evaluacije leži njihova komunikacijska relevantnost.

Zaključak

Ovaj rad polazio je od pretpostavke da tetovaže, osobito kada su vidljive, ne predstavljaju tek estetski ili identitetski izbor, nego komunikacijski relevantan fenomen koji sudjeluje u strukturiranju društvenih i profesionalnih interakcija. Promatrajući tijelo kao aktivni medij neverbalne komunikacije, istraživanje je nastojalo pokazati na koji način vidljivost tetovaža ulazi u proces formiranja dojmova, procjena profesionalne prikladnosti i strategija upravljanja tjelesnom prezentacijom u različitim komunikacijskim kontekstima.

Empirijski nalazi potvrđuju da vidljivost tetovaža u profesionalno relevantnim situacijama nije neutralna. Iako istraživanje ne omogućuje zaključivanje o stvarnoj recepciji drugih aktera, jasno pokazuje da nositelji tetovaža izraženo percipiraju potencijal profesionalnog rizika povezan s vidljivošću vlastitih tetovaža. Ta percepcija obuhvaća očekivanja negativnih evaluacija profesionalnosti, ozbiljnosti, kompetentnosti i društvene prikladnosti, osobito u situacijama koje uključuju hijerarhiju, procjenu i odlučivanje o profesionalnim ishodima. U tom smislu, rezultati pružaju empirijsku potporu hipotezi da je izraženija vidljivost tetovaža povezana s izraženijom percepcijom profesionalnog rizika, osobito na razini inicijalne, prima vista procjene u interpersonalnim susretima.

Istodobno, analiza strategija regulacije vidljivosti pokazuje da nositelji tetovaža ne djeluju pasivno, nego aktivno i racionalno prilagođavaju vlastitu tjelesnu prezentaciju procijenjenim komunikacijskim uvjetima. Regulacija vidljivosti tetovaža pokazuje se kao situacijski uvjetovana praksa: u interakcijama s autoritetima dominira selektivna, kontekstualno prilagodljiva strategija, dok se u neautoritativnim interakcijama vidljivost tetovaža u velikoj mjeri normalizira i prestaje biti percipirana kao

komunikacijski rizična. Time se potvrđuje druga hipoteza rada, prema kojoj strategije vidljivosti nisu uniformne, nego snažno ovise o evaluativnoj moći sugovornika i potencijalnim posljedicama interakcije.

Ovi nalazi imaju jasnu teorijsku utemeljenost u klasičnim i suvremenim komunikacijskim i sociološkim teorijama. U skladu sa simboličkim interakcionizmom, značenje tetovaže ne proizlazi iz samog znaka, nego iz anticipiranih interpretacija drugih aktera (Mead, 1934; Blumer, 1969). Dramaturški pristup društvenoj interakciji dodatno objašnjava zašto tijelo i njegova prezentacija postaju ključni resurs upravljanja dojmom, osobito u profesionalnim kontekstima u kojima su ulozi povišeni (Goffman, 1959). U tom okviru, vidljivost tetovaža funkcionira kao trajni neverbalni signal koji strukturira očekivanja prije nego što verbalna komunikacija uopće započne.

Posebno je važno naglasiti da se u ovom istraživanju pokazuje kako subjektivna percepcija rizika ima komunikacijsku učinkovitost neovisno o njezinoj objektivnoj utemeljenosti. Taj nalaz izravno rezonira s Rosenthalovim Pygmalion efektom, prema kojem očekivanja oblikuju ponašanje i ishode (Rosenthal i Jacobson, 1968), ali i s Mertonovim konceptom samoispunjavajućeg proročanstva, prema kojem subjektivna definicija situacije proizvodi realne društvene posljedice (Merton, 1948). U kontekstu ovog rada, anticipacija negativne profesionalne evaluacije postaje regulator tjelesne prezentacije, komunikacijskih strategija i ponašanja, čime se potvrđuje da percepcija, a ne nužno recepcija, predstavlja ključni mehanizam komunikacijskog djelovanja.

Znanstvena vrijednost ovog istraživanja proizlazi i iz činjenice da se tetovaže rijetko analiziraju iz perspektive komunikacijskih znanosti, a još rjeđe kao dio profesionalne i institucionalne komunikacije. Fokus na vidljivost, regulaciju i kontekstualnu prilagodbu omogućuje pomak s binarnih rasprava o „prihvaćenosti” ili „stigmatizaciji” prema finijem razumijevanju komunikacijskih procesa, u kojima tijelo funkcionira kao medij čije se značenje stalno pregovara. Time se tetovaže pozicioniraju kao iznimno zanimljiv i teorijski plodan empirijski slučaj za proučavanje odnosa između tijela, normi, percepcije i profesionalne komunikacije.

Na kraju, rad otvara jasan prostor za buduća istraživanja. Sljedeći analitički korak trebao bi uključiti ispitivanje recepcije sugovornika, odnosno usporedbu percepcija nositelja tetovaža s načinom na koji ih njihovi profesionalni i društveni recipijenti doista interpretiraju. Takav istraživački dizajn omogućio bi izravnu provjeru razlike između anticipiranih i stvarnih evaluacija te dodatno probudio simboličko-interakcionističko razumijevanje tijela kao komunikacijskog medija. U tom smislu, ovaj rad ne zaključuje raspravu, nego je pozicionira na čvrste teorijske i empirijske temelje za daljnji razvoj.

LITERATURA

- Agresti, A. (2019) *An introduction to categorical data analysis*. Hoboken, NJ: Wiley. ISBN 9781119405276
- Alonso-Gonzalez, A., Peris-Ortiz, M. i J. J. Cao-Alvira (2019) "Personal Branding as a Knowledge Management Tool to Enhance Innovation and Sustainable Development in Organizations". U: M. Peris-Ortiz, J. J. Ferreira i J. M. Merigó Lindahl (ur.): *Knowledge, Innovation and Sustainable Development in Organizations*. Cham: Springer, 113–129. doi: 10.1007/978-3-319-74881-8_8.
- Anholt, S. (2007) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. ISBN 9780230500280
- Blumer, H. (1969) *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. ISBN 9780138799243
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Cambridge, MA: Harvard University Press. ISBN 9780674212800
- Broussard, K. A. i H. C. Harton (2018) "Tattoo or taboo? Tattoo stigma and negative attitudes toward tattooed individuals", *The Journal of Social Psychology*, 158 (5), 521–540. doi: 10.1080/00224545.2017.1373622.
- Cutlip, S. M., Center, A. H. i G. M. Broom (2006) *Effective Public Relations*. 9. izd. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. ISBN 9780131230149
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., i L. M. Christian (2014) *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4th ed.). Hoboken, NJ: Wiley. ISBN 9781118456149
- Dorotka, D. (2017) "Kako tijela pamte: tetovaža iz JNA kao figura sjećanja", *Ethnologica Dalmatica*, 24, 59–93.
- Doss, K. i A. S. Ebesu Hubbard (2009) "The Communicative Value of Tattoos: The Role of Public Self-Consciousness on Tattoo Visibility", *Communication Research Reports*, 26 (1), 62–74. doi: 10.1080/08824090802637072.
- Eco, U. (1976) *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press. ISBN 9780253359551
- Foucault, M. (1977) *Discipline and punish: The birth of the prison*. New York: Pantheon Books. ISBN 9780713910407
- Goffman, E. (1959) *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday. ISBN 9780385094023
- Groves, R. M., Fowler, F. J., Couper, M. P., Lepkowski, J. M., Singer, E. i Tourangeau, R. (2009) *Survey methodology*. Hoboken, NJ: Wiley. ISBN 9780470465462

- Haluga, V. (2025) "Teorijski diskurs fenomena tradicijske tetovaže katolkinja iz Bosne i Hercegovine", *Kroatologija*, 16 (1), 45–74. doi: 10.59323/k.16.1.3.
- Haluga, V. i N. Sviličić (2020) "Istraživanje suvremene percepcije tradicijske tetovaže", *Hum*, 15, 241–257. doi: 10.47960/2303-7431.24.2020.144.
- Herceg, T. (2017) "Tetovaže katolika u srednjoj Bosni", *Hum*, 12, 342–367.
- Kosut, M. (2000) "Tattoo narratives: The intersection of the body, self-identity and society", *Journal of American Culture*, 23 (4), 79–100. doi: 10.1080/14725860008583817.
- Laboš, D. (1999) "Neverbalna komunikacija: tijelo kao produžetak duše". U: Đ. Bartlett (ur.): *Tijelo u tranziciji*. Zagreb: Tekstilno-tehnološki fakultet Sveučilišta u Zagrebu, 70–78.
- Mauss, M. (1973) "Techniques of the Body", *Economy and Society*, 2 (1), 70–88. doi: 10.1080/03085147300000003.
- McLuhan, M. (1964) *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill. ISBN 9780744800609
- Mead, G. H. (1934) *Mind, self, and society: From the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: University of Chicago Press. ISBN 9780226516677
- Merton, R. K. (1948) "The self-fulfilling prophecy", *The Antioch Review*, 8 (2), 193–210. doi: 10.7723/antiochreview.74.3.0504.
- Naude, F. i L. Naude (2024) "(Tat)who Am I? Tattoos as an Expression of Narrative Identity", *Identity*, 24 (2), 79–94. doi: 10.1080/15283488.2024.2310845.
- Nöth, W. (2004) *Priručnik semiotike*. Zagreb: Ceres. (prijevod: A. Stamać) ISBN 9532070923
- Rosenthal, R. i Jacobson, L. (1968) *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development*. New York: Holt, Rinehart & Winston. ISBN 9780030688058
- Schildkrout, E. (2004) "Inscribing the body", *Annual Review of Anthropology*, 33, 319–344. doi: 10.1146/annurev.anthro.33.070203.143947.
- Tomić, Z. (2008) *Odnosi s javnošću: teorija i praksa*. Zagreb, Sarajevo: Synopsis. ISBN 9789537035341.
- Zgrabljic Rotar, N. (2023) *Uvod u medije i medijsku pismenost*. Zagreb: Leykam International. ISBN 978-9533401454.

Communicative Aspects of Tattoo Visibility: The Body as a Medium in Professional Social Contexts

Nikša Sviličić

ABSTRACT

This paper examines the communicative aspects of tattoo visibility in professional and broader social contexts, conceptualizing the body as an active medium of communication. Tattoos are approached as permanent bodily inscriptions that, once visible, move beyond the private sphere and become subject to social perception, interpretation, and evaluation. The study aims to explore how tattooed individuals perceive the communicative consequences of tattoo visibility.

The theoretical framework integrates symbolic interactionism, semiotic perspectives on the body as a system of signs, dramaturgical theory of impression management, and concepts of symbolic capital and normative regulation of the body. The empirical component is based on a quantitative online survey conducted on a convenience sample of 704 tattooed adults in Croatia,

The findings indicate that higher levels of tattoo visibility are associated with an increased perception of professional risk and stronger expectations of negative evaluation in professional interactions. Moreover, the results show that individuals actively and situationally regulate the visibility of their tattoos, with selective concealment strategies occurring significantly more often in interactions involving authority figures than in non-hierarchical social contexts. Tattoo visibility thus emerges as a context-dependent communicative practice situated between expressions of personal autonomy and adaptation to socially constructed professional norms.

Keywords: tattoos, visibility, body as a medium, nonverbal communication, professional perception, impression management