



شناخت فرهنگ خالکوبی، علل و انگیزه های آن

حسین ظفری دوازده امامی^۱، حسن ظفری دوازده امامی^۲، کبری ظفری دوازده امامی^۳، ناصر هادی دهکردی^۴

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد، علوم سیاسی، دانشگاه اصفهان

hossin3106@gmail.com

۰۹۳۸۷۰۵۵۰۳۶

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد، مهندسی منابع آب، دانشگاه شهرکرد

hazafari1376@gmail.com

۰۹۰۳۳۱۶۰۸۱۳

۳- دیپلم تجربی

kobrazafari1234@gmail.com

۰۹۹۳۷۰۴۳۹۲۷

۴- دانش آموخته کارشناسی ارشد الهیات

hadyanaser516@gmail.com

۰۹۱۰۳۱۲۱۹۴۵

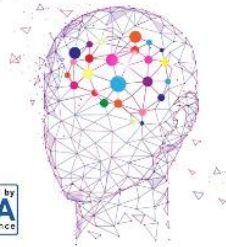
چکیده :

یکی از مهم ترین معضلات اجتماعی نسل امروز و از پدیده های زشتی که این روزها در بین نسل جوان جامعه به شدت رواج پیدا کرده است و جوانان و نوجوانان را دچار تب و تاب تندی کرده بحث تتو و خالکوبی است. هدف این مقاله شناخت فرهنگ خالکوبی و علل و انگیزه های آن است. این پژوهش، مبتنی بر روش توصیفی - تحلیلی بوده و روش جمع آوری داده ها و اطلاعات نیز به طور کلی بر مبنای روش کتابخانه ای است. از علل و انگیزه های خالکوبی می توان به زیبا شناسی، تأثیر رسانه ها، مدگرایی، نماد مقام و موقعیت، رشد فردی، معنویت و دین، همگنی گروهی، خود اظهاری و ابزار آرایش نام برد. به طور کلی باید به مسائل فرهنگی در رابطه با گسترش استفاده از خالکوبی توجه کرد. از دیگر مسائل، تغییر الگوهای رفتاری افراد است؛ به خصوص آن هایی که در معرض خطر جوامع هستند. **واژگان کلیدی:** خالکوبی، علل و انگیزه های خالکوبی.

۱- مقدمه :

یکی از مهم ترین معضلات اجتماعی نسل امروز و از پدیده های زشتی که این روزها در بین نسل جوان جامعه به شدت رواج پیدا کرده است و جوانان و نوجوانان را دچار تب و تاب تندی کرده، بحث تتو و خالکوبی است. تمایل به امر خالکوبی و گرایش نسل امروز به این قبیل امور قابل تأمل است و جامعه را درگیر خود کرده و از اعضای بدن جوانان چهره ای زشت و ناپسند در خیابان های شهر بر جای گذاشته است. پرسه جوانان در سطح شهر با نمایش خالکوبی های انجام شده روی دستان و گردن و دیگر اعضای بدن آن ها گویای این مطلب است. از مسائلی که افراد بسیاری، به خصوص جوانان درگیر آن هستند، خالکوبی یا تاتو است. مطالعات اخیر نشان می دهند، امروزه تمایل افراد به مد و میزان اشتیاق افراد به اصلاح و جوان کردن بدن بیشتر است (کانو و سامس^۱، ۲۰۰۱: ۶).

¹ Cano & Sams



زمانی فقط اشراق و اعیان خالکوبی می کردند، در حالی که امروزه گروه زیادی از مردم پوست بدنشان را خالکوبی می کنند. شاید به لحاظ تاریخی، خالکوبی مشکل اجتماعی نباشد، اما امروزه براساس مطالعات انجام شده کسانی که خالکوبی می کنند جامعه و گروه ها بسیار کم آن ها را می پذیرند از طرفی اختلال اضطراب اجتماعی این طور مفهوم پردازی می شود: ترس مبالغه آمیز یا غیر عقلانی از محل هایی که اعمال یا کارکرد فرد ممکن است مورد داوری یا ارزیابی قرار بگیرد. این اضطراب ناشی از این نگرش است که فرد به طور منفی مورد قضاوت قرار خواهد گرفت و این امر به سراسیمگی و سرشکستگی می انجامد (سوزیک و همکاران^۲، ۲۰۰۳: ۱۶). از منظر میزان شیوع، اضطراب اجتماعی پس از افسردگی اساسی و الکلیسم (مویترا و همکاران^۳، ۲۰۰۸: ۲۵)، یکی از سه اختلال رایج روان پزشکی است (گارسیا و همکاران^۴، ۲۰۰۶: ۱۲).

۱-۱- بیان مسأله

افرادی که خالکوبی دارند به دنبال گریز از هنجارهایی هستند که در جامعه تأیید شده است. قانون، ارزش های مد نظر جامعه، مناسک و سنت های پذیرفته شده کهن یک جامعه، خالکوبی را خلاف هنجار در نظر می گیرند و این قضیه به سرخوردگی و نوعی محرومیت نسبی برای افراد خالکوبی کننده منجر شده است و برای جبران این نقص (پذیرش اجتماعی) این رفتارها را انجام می دهند. از سوی دیگر، افرادی که سطح بالایی از اضطراب اجتماعی دارند، از انجام کاری که می تواند منجر به نگرش منفی یا خجالت دیگران شود، می ترسند. از دیدگاه روانشناسی، منشأ اصلی خالکوبی به مازوخیسم و سادیسم (خودزنی و سایر آزارها) برمی گردد. به این دلیل که افرادی که دچار آشوب و سراسیمگی هستند و حال روحی خوبی ندارند، به بدن خود ضرب و جرح وارد می کنند و در اثر این کار ناشایست، در بدن آندروفین ترشح می شود و این آندروفین که از جنس مرفین است باعث می شود که تسکینی در بدن هم در موضع درد ایجاد شود و هم روی اعصاب اثر گذاشته و به نوعی به اعصاب آرامش دهد و به قولی اعصاب آشفته آرام بگیرد. در نتیجه فرد به اصطلاح دست به خودزنی می زند و روی اعضای بدن خود تیغ می کشد. خالکوبی هم بخشی از این داستان غم انگیز مازوخیسم و لذت ناشی از مازوخیسم است و بخشی دیگر هم به آرامشی که در اثر ترشح آندروفین تولید می شود، بر می گردد.

یکی از عوامل گرایش جوانان به سمت این کار تبلیغات می باشد، با توجه به اینکه جوانان ما در طول روز چندین ساعت از وقت خود را در فضای مجازی می گذرانند به طور حتم با این تبلیغات برخورد می کنند و ممکن است جذب آن ها شوند. امروزه با گسترش فضای تبلیغات در جامعه، شاهد هر نوع تبلیغات اعم از مجاز و غیرمجاز هستیم، تبلیغاتی که در بسیاری موارد جوانان را به تقلید کورکورانه سوق می دهد و می تواند آسیب های مخربی را برای قشر جوان جامعه به همراه آورد. نمونه این تبلیغات را می توان در نوع لباس پوشیدن، آرایش مو و راه رفتن و تئوهای روی بدن جوانان مشاهده کرد که از فرهنگ غربی تبعیت می کنند و می توان برای مثال به تاتو یا همان خالکوبی اشاره کرد که در آن نقش و نگاره هایی خاص با اشکال و مفاهیم مختلف بر قسمت های مختلف بدن حک می شود.

۱-۲- ادبیات و مبانی پژوهش

در این بخش به بررسی و تعریف خالکوبی، تاریخچه ی خالکوبی و دیدگاه اندیشمندان در مورد خالکوبی پرداخته شده است.

۱-۲-۱- تعریف خالکوبی

خالکوبی کلمه فارسی از دو کلمه فارسی خال (نقطه سیاه) و کوبی به معنای کوبیدن تشکیل شده است. خالکوبی در معنای لغوی عملی است که بدان پوست آدم را نگارین می کنند که به صورت گل ها یا حیوان یا حروف به وسیله آجیده شده یا سوزن (لغت نامه دهخدا، ۱۳۸۵: ۷۸۸). خالکوبی به معنای ایجاد کردن نقوش و تصاویر رنگین زایل نشدنی بر پوست بدن به وسیله داخل کردن مواد ملون یا رنگینه ها در زیر آن، ایجاد نقوش به وسیله مجروح کردن یک وضع پوست به کرات و نیز به وسیله داغگذاری از ایام باستان بین ملل و اقوام مختلف معمول بوده است.

² Sosic et al

³ Moitra et al

⁴ Garcia et al.



به نظر می رسد که خالکوبی تزئینی بوده و مردم احتمالاً قبل از استفاده از لباس از این تکنیک برای تزئین بدن خود استفاده می کردند. اما برخی از محققان معتقدند که خالکوبی در واقع با مذهب مرتبط بوده است. زیرا قسمت های آنها اغلب با خدمات مذهبی مانند ادعیه و قربانی همراه است. خالکوبی در میان مردم باستان بسیار مهم بود و مردم معتقد بودند که خالکوبی دارای قدرت های ماوراء طبیعی است (مصاحب، ۱۳۸۳: ۲۹۷).

در طول هزاران سال، فرهنگ های گوناگون وجود تغییر شکل فیزیکی بدن را به طور ثابت و همیشگی و یا موقت به علت ایجاد معنای نمادین و رمزی در روند تعاملات اجتماعی گاه روا می دانستند و گاه محکوم می کردند. ایجاد تغییرات موقت چون مدل مو، لباس پوشیدن، آرایش خاص و دیگر صورت های ناپایدار، به طور معمول برای شناخت شخصیت فردی در موقعیتی خاص و ناپایدار است. در واقع، این گسیختگی و برهم زدن روند معمول وضع و حالت انسانی گاهی فرد را به عنوان عضوی از یک زیر گروه خاص اجتماعی قرار می دهد (ساندرس^۵، ۱۹۹۱: ۱۵).

۲-۲-۱- تاریخچه ی خالکوبی

بر اساس فرهنگ لغت انگلیسی میریام وبستر^۶، کلمه تاتو برای اولین بار در مدارک در سال ۱۷۷۱ میلادی آشکار شد و به عنوان تصاویر رنگی بر روی سطح بدن معرفی شد. اما در سال ۱۷۶۹ میلادی (زمان اکتشافات جیمز کوک دریانورد انگلیسی) در آب های اقیانوسیه جنوبی جزایر تاهیتی، بومیان این منطقه معادل مفهومی خالکوبی، نشان وداغ را با واژه تاتو بیان کردند که ۱۵۰ سال قبل از اکتشافات کوک و ورود به فرهنگ لغت وبستر مورد استفاده قرار گرفته است (ناتنسون^۷، ۲۰۰۶: ۱۱۰).

نخستین خالکوبی بشر احتمالاً زمانی ایجاد شده که فردی دست های دودی خود را روی زخم بدنش کشیده و دوده بر زیر پوست، مانند نقش، ماندگار شده است. در سال ۱۹۹۱ حدود ۵۰۰۰ سال پیش پیکر مرد یخی که تاتوهای بسیاری بر بدن داشت بین تپه های استرالیا و ایتالیا پیدا شد. این پیکر یکی از بهترین اسناد برجای مانده در زمینه تاتو است. سال ۱۹۴۸ در مرز بین روسیه و چین یک مومیایی در کوه های آلتا کشف شد. که مربوط به ۲۴۰۰ سال پیش بود. سال ۱۸۹۱ دانشمندان بر پیکر زنی مصری تعدادی خطوط و نقاط نقره ای پیدا کردند (کتیرایی، ۱۳۷۸: ۸).

مصری ها نخستین مردمانی بودند که تمرین تاتو را به سراسر دنیا منتشر کردند. تمرین تاتو به صورت حرفه ای با تلاش و کار مداوم از مصر به یونان ایران و از آنجا به جنوب، غرب آسیا وارد و در نهایت با مردم کوچ نشین آسیای غربی به ژاپن منتقل شد (ناتنسون^۸، ۲۰۰۶: ۱۱۳).

پُلّی نَزی^۹ در دنیای کهن قدیمی ترین و تأثیرگذارترین تاتوها را داشته است. اندونزی نخستین کشوری است که به صورت حرفه ای از اشکال تریبال استفاده کرد و آن را آموزش داد. در آفریقا به دلیل تیره بودن پوست افراد و مشخص نبودن تاتوی رنگی تکنیکی جدیدی اختراع شد که کندن پوست و مقداری از گوشت بدن با وسایل نوک تیز بود؛ به طوریکه بُعد و عمق ایجاد کند. یونانیان تاتو را از پارسیان آموختند. زنان یونانی، شیفته زیبایی رنگ ها و فرم های تاتو شدند. رومی ها از تاتو برای تنبیه نیز استفاده می کردند و در آن زمان بسیاری از برده ها و مجرمان تاتو داشتند. از دیگر مناطق مشهور در زمینه تاتو جنوب و شمال آمریکا گلستان و فرانسه است (کتیرایی، ۱۳۷۸: ۱۸).

خالکوبی در ایران به تاریخی کهن باز می گردد و بیشتر توسط زنان، پهلوانان و اراذل جاهل مورد استفاده قرار می گرفت. تندیس هایی در پازیریک و لرستان از دوره هخامنشیان یافت شده که علامت خالکوبی بر بدنشان بوده است. مولوی در مثنوی معنوی ضمن داستان پهلوان قزوینی (شیر بی یال و دم) به عمل خالکوبی با عنوان کبودی زدن اشاره می کند. شیوه خالکوبی با اندک تفاوت در همه جای

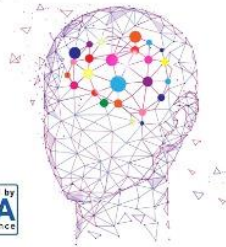
⁵ Sanders

⁶ Miriam Webster

⁷ Nathanson

⁸ Nathanson

⁹ Polynesia



ایران یکسان بوده است. ابتدا نقش را با سوزنی بر پوست حک می کنند تا اندکی خون بیاید سپس ماده رنگی را بر این زخم، قرار می دادند تا به تدریج جذب پوست شود. زنان معمولاً برای زیباتر شدن خالکوبی می کرده اند (نیکلسون ۱۳۹۰: ۳۳).

۲-۱- دیدگاه اندیشمندان در مورد خالکوبی

دیدگاه نظری پروتون^{۱۱}

پروتون عقیده دارد بدن انسان، محوری است که با آن، رابطه انسان با جهان بیرونی به واقعیت بدل می شود؛ در واقع، مکان و زمانی که هستی از خلال تصویر خاص یک کنشگر تجسم می یابد. از خلال بدن، انسان ذات حیات را از آن خود می کند و این ذات را از طریق نظم های نمادین مشترک خود با اعضای جماعتی برای دیگران نیز به بیان می آورد. کنشگر بدین وسیله جهان را به گونه ای فیزیکی در اختیار خود می گیرد و از آن خود می کند. برای این کار جهان را انسانی می کند یا از آن هم بیشتر، آن را به پدیده ای آشنا و درک پذیر، حامل معانی و ارزش ها بدل می کند که هر کنشگر دیگری آن را تجربه می کند (پروتون، ۲۰۰۸: ۱۴).

نظریه کمال مطلوب^{۱۲}

انگیزه ی تغییر قیافه یکی از ویژگی های مربوط به کمال مطلوب است. نظریه ی ویژگی مربوط به کمال مطلوب معتقد است که نیاز فرد در داشتن تعلق به یک گروه یکی از انگیزه های اصلی در مفهوم خودشناسی محسوب می شود؛ همچنین این نظریه بیان می کند مفهوم فردیت با نسبت های فردی و مفاهیم دسته جمعی ارتباط دارد. مفهوم فردیت، ویژگی ها و عادت های هر فرد را معرفی می کند که افراد آن را با دیگران مقایسه می کنند و حس خودشناسی را به وجود می آورند. وابستگی، شناسایی گسترده روابط است. مانند ارتباط والدین فرزندان و روابط رمانتیک. ارتباط های دسته جمعی مانند وابستگی است. ارتباط دسته جمعی، شباهت هر شخص را با گروه های اجتماعی بزرگ مشخص می کند. هرگونه شباهت فرد با گروه اجتماعی، حس خودشناسی را ارتقا می دهد. تغییر قیافه نیز خودشناسی را افزایش می دهد (کانو و سامس، ۲۰۱۰: ۱۴).

نظریه مک آدامز^{۱۳}

طبق دیدگاه مک آدامز، هر فرد به تصور ذهنی از خود دارد که اساس شناخت را تشکیل می دهد؛ بنابراین، تغییر قیافه با شناسایی روابط ارتباط دارد. تغییر قیافه مانند تبلیغات، کشیدن عکس یک جامعه یا فرهنگ در یک زمان است. مشارکت های صنعتی در خلق فرهنگ، براساس تغییرات عمل می کنند. عوامل مشترکی مانند آئین پرستش، ارزش ها، زبان، مشارکت گروه های نژادی در ایجاد فرهنگ تأثیر دارند. به طور مثال، شناخت نژادی با فعالیت های فرهنگی حمایت می شود (مانند فستیوال ها). عوامل دیگری مانند زبان مادری، فعالیت های اجتماعی، فرهنگی، غذاهای محلی، وضعیت نسل ها، تأثیر سن، تجربه های فرهنگی نیز تأثیر دارند. برخلاف رفتارهای بیرونی، فرم بدن انسان بر خودشناسی تأثیر زیادی دارد. به غیر از استثناها، تغییر قیافه یکی از وجوه ارتباطی محسوب می شود؛ زیرا افراد وقتی ظاهر خوبی ندارند ارتباط خوبی برقرار نمی کنند (کانو و سامس، ۲۰۱۰: ۱۶).

نظریه کش و پروژینسکی^{۱۴}

کش و پروژینسکی با تمرکز بر نگرش فرد نسبت به بدن، تصویر بدن را یک سازه چند بعدی به طور خاص روی ظاهر تعریف می کنند. این نگرش نسبت به بدن هر فرد است که با تفکیک چهار جزء اصلی اجتماعی و روانی روی تصویر بدن یعنی ادراکی، عاطفی، شناختی و رفتاری کشف می شود. این پژوهشگران اندازه بدن را براساس اجزای دریافتی توصیف می کنند. رضایت یا نارضایتی از ظاهر هر شخص را جزء عاطفی در نظر می گیرند. اعتقادات درباره بدن در رابطه با اندازه و ظاهر، جزء شناختی و نظافت، فعالیت و آیین جزء رفتاری در نظر گرفته می شوند. مرور تصویر بدن یک ساخت چندبعدی است که اهمیت گسترش آن فراتر از ظاهر ساده فیزیکی است؛ اما بازتاب یک مفهوم است که به طور عمیق ریشه در هیجان های فرد، احساسات و افکار دارد که افزایش شرم و اضطراب و مواردی از افسردگی،

¹⁰ Nicholson

¹¹ Breton

¹² Theory of optimal perfection

¹³ Mc Adams

¹⁴ Kesh & Birjineski



عزت نفس کم و حتی اختلال در غذا خوردن را شامل می شود. بر اساس این دیدگاه استنباط می شود که تاتو یا خالکوبی برای تاتوکننده به تصویری مثبت از بدن منجر می شود و با عمل جراحی یا تاتو، زیبایی وسیله ای برای حل این مشکل و به دست آوردن به تصویر ایده آل برای فرد می شود. نظریه کمال مطلوب: انگیزه تغییر قیافه یکی از ویژگی های مربوط به کمال مطلوب است. نظریه ویژگی مربوط به کمال مطلوب معتقد است که نیاز فرد در داشتن تعلق به یک گروه یکی از انگیزه های اصلی در مفهوم خودشناسی محسوب می شود؛ همچنین این نظریه بیان می کند مفهوم فردیت با نسبت های فردی (شخصی) و مفاهیم دسته جمعی ارتباط دارد. مفهوم فردیت، ویژگی ها و عادت های هر فرد را معرفی می کند که افراد آن را با دیگران مقایسه می کنند و حس خودشناسی را به وجود می آورند. وابستگی، شناسایی گسترده روابط است (مانند ارتباط والدین فرزندان و روابط رمانتیک). ارتباط های دسته جمعی مانند وابستگی است. ارتباط دسته جمعی، شباهت هر شخص را با گروه های اجتماعی بزرگ مشخص می کند. هرگونه شباهت فرد با گروه اجتماعی، حس خودشناسی را ارتقا می دهد. تغییر قیافه نیز خودشناسی را افزایش می دهد (کانو و سامس، ۲۰۱۰: ۱۸).

نظریه یگانگی تیگ من و گولدر^{۱۵}

از دیدگاه تیگ من و گولدر رایج ترین انگیزه برای خالکوبی و سوراخ کردن، خودبیانگری و حسی از هویت یا یگانگی است. تیگ من و گولدر به دنبال استفاده از چارچوب نظری به دست آمده با نظریه یگانگی بودند. واژه یگانگی برای متفاوت بودن در مقایسه با سایر افراد به تلاشی مثبت اشاره می کند. فرضیه اساسی نظریه یگانگی، تمایل مردم به متفاوت و خاص بودن و نیاز داشتن به همسانی است. در حقیقت آنها به دنبال ایجاد یک سطح متعادل از تمایز فردی هستند؛ زیرا قضاوت های ادراکی همسانی یا غیرهمسانی شدید برای دیگران به صورت آزاردهنده ای تجربه شده است. بر این اساس مردمی که نیاز بیشتری به یگانه بودن دارند، انگیزه بیشتری برای ایجاد سطحی از تفاوت فردی خواهند داشت؛ به طور مثال بدست آوردن یا خریدن چیزی که برای آن ها منحصر به فرد است. تیگ من و گولدر معتقدند خالکوبی افراد باعث ایجاد یگانگی با تغییر بدن می شود و افراد خالکوبی کرده نسبت به افراد فاقد خالکوبی تا حد زیادی درباره نیاز برای یگانگی امتیاز بندی شدند (تیگ من و هوپکینز، ۲۰۱۱: ۲).

۳-۱- پیشینه پژوهش

تیگمان و هوپکینز^{۱۶} (۲۰۱۱) در مطالعه ای با نام «خالکوبی ها و سوراخ ها: حالات واحد بدن»، انگیزه های اساسی از عمل خالکوبی و سوراخ را برای تغییر بدن بررسی کرده اند. آن ها استنتاج کرده اند که افراد خالکوبی کرده به طور برجسته ای نسبت به افراد خالکوبی نکرده، هماهنگی و یگانگی روحی و جسمانی بیشتری دارند.

بروتون (۲۰۰۸) در کتاب خود با نام جامعه شناسی بدن، به نقش های روی بدن توجه دارد و معتقد است که نشانه گذاری ارج و فرهنگی روی بدن می تواند از خلال نوشتار مستقیم جامعه بر پوست کنشگر انجام گیرد. این عمل به شکل نوعی کندن، زخم کردن، تغییر شکل یا افزودن چیزی بر پوست ممکن است. شکل دادن نمادین، امری نسبتاً رایج در جوامع انسانی است. نوشتار پوستی به شکل خالکوبی های همیشگی یا موقت، آرایش، تغییر شکل دادن های کلی بدن، به گونه ای نشانه گذاری بدن هستند و جامعه می کوشد آن را کنترل کند. نوشتارهای بدن در حقیقت به نظام خوانش موازی با جایگاه ارج و دقیق تر خویشاوندی فرد را به وجود می آورد. این نوشتارها یادآور ارزش های جامعه و جایگاه مشروع هر فرد در نظام ساختار اجتماعی است.

۲- روش شناسی :

این پژوهش، مبتنی بر روش توصیفی- تحلیلی بوده و روش جمع آوری داده ها و اطلاعات نیز به طور کلی بر مبنای روش کتابخانه ای است. در روش کتابخانه ای، بیشتر بررسی و مطالعه کتب داخلی مربوطه، مجلات و فصلنامه ها و اسناد تاریخی منتشر شده، مورد تأکید قرار گرفته و پس از گردآوری و طبقه بندی اطلاعات تجزیه و تحلیل آن ها صورت گرفته است.

¹⁵ Tiggemann & Goulder

¹⁶ Tiggemann & Hopkins



۳- بحث درباره یافته ها :

۳-۱- خالکوبی کردن در ساختار فرهنگی و اجتماعی

تصویر ما از بدن خود، این که چگونه بدن خود را درک می کنیم بر روابط اجتماعی ما، توانایی ما در رابطه برقرار کردن با دیگران تأثیر می گذارد (اباذری، ۱۳۸۷: ۸). تاتو کردن از جمله تغییرات همیشگی است که شامل نظام های پیچیده معناداری در ساختار فرهنگی اجتماعی امروزه و در پیگیری این رفتار و کنش در بافت گذشته می باشد. در بین اقوام ابتدایی، تصاویر و نقوشی که برای خالکوبی انتخاب می شدند، خلاصه و پرمعنا بوده اند؛ این نقوش گاه به طبقه خانوادگی و افتخارات افراد اشاره داشته است. از دیگر کارکردهای تاتو، معنای جادو و حمایت کننده است که در میان مردم قبایل ابتدایی رواج داشته است. معنایی که امروزه افراد به ویژه در اجتماعات و گروه های متمدن تر از بیان آن پرهیز می کنند و یا آن را شانس می خوانند و معتقد هستند این نقوش برای آن ها خوش شانسی و خوش اقبالی به همراه دارد. معنای کارکردهای این نقوش در دوره جدید با اقوام گذشته تفاوت هایی دارد؛ در گذشته این خالکوبی ها محافظ بدن در برابر چشم زخم، رفع نازایی، درمان بیماری های جنسی و حفظ سلامت بدن بوده اند ولی امروزه افزایش زیبایی و خوش شانسی از مهم ترین کارکردهای خالکوبی است. بسیاری از مواقع، لذتی که وجود این نقوش بر تن ایجاد می کند به صورت اجتماعی به دست می آید و تاتو می تواند مدلولی در رابطه منطقی با رشد فرهنگ مصرف در جامعه معاصر تلقی شود. همچنین تاتو یکی از راه های ایجاد نمادهای فرقه ای در جامعه ما شناخته شده است؛ همچون فرقه های شیطان پرستی و طرفداران گروه ها و خوانندگان غربی چون متال. سندرر نیز به این موضوع اشاره کرده است که برای علاقه مندان به تاتو بیشترین جاذبه از نشانه های نمادین گروه های خاص می آید؛ گرچه، این نشانه ها در فرهنگ جدید شاید از معنای خود به دور باشند. نیز درباره اشیای وام گرفته شده از فرهنگ های مختلف گفته است که این اشیا ممکن است معنای آغازین خود را از دست داده باشند (ریویر، ۱۳۹۳: ۱۷).

بنابراین باید در نظر داشت که انتقال یک عنصر فرهنگی از جامعه ای به جامعه دیگر همواره با کاهش و افزایش، تغییرات و شکل گیری های جدید همراه است. درباره تاتو در ساختار فرهنگی جامعه می توان گفت که زنان و مردان طرح های متفاوتی را برای تاتو انتخاب می کنند، نه فقط طرح ها بلکه ناحیه ای از بدن که زنان و مردان برای این کار در نظر می گیرند نیز متفاوت است. مادامی که مردان به طور معمول تاتو را بر دست و بازو خود می زنند، زنان این طرح ها را بر سینه و شکم و پشت و شانه و استخوان لگن به کار می برند. این تفاوت ها در انتخاب ناحیه مورد نظر بدن به تفاوت در کارکرد آن ها باز می گردد. مردها به طور معمول تاتو را نمادی عمومی که با آن هویت خود را در تعاملات اجتماعی تحت تأثیر قرار می دهند، به کار می برند و از سوی دیگر زنان درک غیرآیینی را در نظر دارند. تاتو برای زنان به عنوان تزئینات شخصی به کار می رود و شاید نقطه مثبتی در تعاملات اجتماعی آنها به شمار نرود.

۳-۲- علل و انگیزه های خالکوبی

- ۱- زیبایی شناسی: میل به نمایش قرار دادن خالکوبی، گاهی اوقات با مفهوم هنر بر روی بدن در ارتباط است (لئونارد^{۱۸}، ۱۹۹۸: ۴).
- ۲- نفوذ رسانه ها: بسیاری از فیلم ها، ورزش ها، مد و موسیقی دلیل تمایل به ایجاد خالکوبی می باشد (کاست^{۱۹}، ۲۰۰۶: ۸۵). همچنین، در زیرگروه های ناشناخته و نامحبوب، از خالکوبی برای تقویت شهرت استفاده می شود و این تصویر از محبوبیت از طریق خالکوبی توسط رسانه ها تقویت شده است (دی ملو^{۲۰}، ۱۹۹۵: ۳).
- ۳- مد گرایی: امروزه، خالکوبی اغلب به عنوان یک فرایند که ناشی از شور و شوق است دیده می شود و توسط رسانه ها هم مورد حمایت قرار می گیرد (مارتین^{۲۱}، ۱۹۹۷: ۵). کاست (۲۰۰۶) باورمند است که توصیف خالکوبی به عنوان یک (مد زودگذر) به دلیل شخصیت فراگیر انسان، می تواند سبب پشیمانی در زندگی فرد شود و مسخره آمیز به نظر برسد (کاست، ۲۰۰۶: ۱۰۴۰).

¹⁷ Riviere

¹⁸ Leonard

¹⁹ Kosut

²⁰ DeMello

²¹ Martin



۴- خود اظهاری: منحصر به فرد بودن خالکوبی را می توان به عنوان یک حس منحصر به فرد و راهی برای بیان تفاوت و تمایز خود استفاده کرد (دی ملو، ۱۹۹۵: ۱۹). خالکوبی می تواند راهی برای بیان خود و نشان دادن افکار و ایده آل های فرد باشد (مک اولیف، ۱۹۹۰: ۱۵).

۵- همگنی گروهی: خالکوبی می تواند وابستگی میان اعضای گروه را افزایش دهد، برای نمونه، در یک گروه حامی یک باشگاه فوتبال، یا در زندگی یک باند یا گروه خاص (دی ملو، ۱۹۹۵: ۲۱).

۶- رشد فردی، معنوی و دین: یکی از دلایل خالکوبی می تواند نشان دهنده دوره ای از رشد فردی باشد، معنایی بسیار عرفانی و معنوی که می تواند تأثیر بسزایی در زندگی یا هویت فرد داشته باشد (مک اولیف، ۱۹۹۰: ۳۲). اگرچه خالکوبی از نظر کتب مقدس و قرآن مردود است، اما از آغاز، اغلب برای احترام به خدایان و ارواح استفاده می شود (شاینفلد، ۲۰۰۷: ۳).

۷- نماد مقام و منزلت: خالکوبی می تواند نماد مقام و منزلت و همچنین سمبل یک شغل خوب و یا دارا بودن مقدار زیادی پول باشد (دی ملو، ۱۹۹۵: ۶). این یک حقیقت است که افراد ثروتمند و سرشناس مانند بازیگران، ورزشکاران و نوازندگان خالکوبی های خود را از طریق رسانه ها به جهانیان نشان می دهند، بنابراین ممکن است مردم عادی خالکوبی را به عنوان یک نماد مقام و شهرت در نظر بگیرند.

۸- ابزار آرایش: خالکوبی از سال ۱۹۴۸ به عنوان لوازم آرایشی و بهداشتی برای استفاده لب ها و ... به عنوان آرایش موقت و دائمی مورد استفاده قرار گرفته است. در پزشکی، می توان از آن برای استتار مشکلات پوستی مانند: کم کاری رنگ، لکه های نور بر روی پوست، زخم، و دیگر مشکلات پوستی استفاده شود. استفاده کرد. یک نمونه شناخته شده از خالکوبی در دنیای پزشکی، بازسازی نوک پستان پس از جراحی آن است (دروسارت و برکمن جانسن، ۲۰۰۹: ۱۲).

۴- نتیجه گیری

از مسائلی که افراد بسیاری، به خصوص جوانان درگیر آن هستند، خالکوبی یا تاتو است. مطالعات اخیر نشان می دهند، امروزه تمایل افراد به مد و میزان اشتیاق افراد به اصلاح و جوان کردن بدن بیشتر است. یکی از عوامل گرایش جوانان به سمت این کار تبلیغات می باشد، با توجه به اینکه جوانان ما در طول روز چندین ساعت از وقت خود را در فضای مجازی می گذرانند به طور حتم با این تبلیغات برخورد می کنند و ممکن است جذب آن ها شوند. امروزه با گسترش فضای تبلیغات در جامعه، شاهد هر نوع تبلیغات اعم از مجاز و غیرمجاز هستیم، تبلیغاتی که در بسیاری موارد جوانان را به تقلید کورکورانه سوق می دهد و می تواند آسیب های مخربی را برای قشر جوان جامعه به همراه آورد. نمونه این تبلیغات را می توان در نوع لباس پوشیدن، آرایش مو و راه رفتن و تئوهای روی بدن جوانان مشاهده کرد که از فرهنگ غربی تبعیت می کنند و می توان برای مثال به تاتو یا همان خالکوبی اشاره کرد که در آن نقش و نگاره هایی خاص با اشکال و مفاهیم مختلف بر قسمت های مختلف بدن حک می شود. از علل و انگیزه های خالکوبی می توان به زیبا شناسی، تأثیر رسانه ها، مدگرایی، نماد مقام و موقعیت، رشد فردی، معنویت و دین، همگنی گروهی، خود اظهاری و ابزار آرایش نام برد.

پیشنهادهات

- از آنجا که نگرش و تمایل به تاتو بین برخی از افراد وجود دارد، در راستای مراقبت از بدن و اجزای فیزیکی بدن لازم است آرایش و به خصوص تاتو که شدیدترین نو آرایش فیزیکی بدن است، زیر نظر و مراقبت پزشکان و متخصصان آن قرار گیرد.
- تمام کسانی که به هر نوعی خالکوبی انجام داده اند، تست غربال گری انجام دهند تا از عوارض احتمالی آن در امان باشند.
- محرومیت نسبی، از عوامل تشویق کننده افراد به خالکوبی است؛ بنابراین، تا حد امکان با در اختیار گذاشتن تسهیلات به افراد احساس محرومیت نسبی در جامعه را کاهش دهند.

²² McAuliffe

²³ Scheinfeld

²⁴ Drossaert & Braakman-Jansen



- لازم است افراد جامعه را از عواقب و مشکلات اجتماعی، فیزیکی و روان شناختی تاتو آگاه کنند؛ زیرا در هر تصمیمی اگر شناخت کافی باشد، مشکلات آتی آن به نسبت کمتر خواهد بود.
- به طور کلی باید به مسائل فرهنگی در رابطه با گسترش استفاده از خالکوبی توجه کرد. از دیگر مسائل، تغییر الگوهای رفتاری افراد است؛ به خصوص آن هایی که در معرض خطر جوامع هستند.
- بعضی از جوانان به مدهای گوناگونی گرایش دارند. تراکم جمعیت، تجمع افراد با رفتارهای پرخطر در یک مکان بسته، استفاده از وسایل مشتری برای خالکوبی، نداشتن قوانین برای مدیریت این رفتار و نبود منابع لازم برای مقابله با خالکوبی از جمله مسائلی است که مسئولان باید به آن توجه داشته باشند و برای حل آن راهکاری بیندیشند.

منابع

- اباذری، یوسفعلی، و حمیدی، نفیسه. (۱۳۸۷). جامعه شناسی بدن و پاره ای مناقشات. زن در توسعه و سیاست (پژوهش زنان)، ۶ (پیاپی ۲۳)، ۱۲۷-۱۶۰.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۸۵)، کتاب لغت نامه دهخدا، انتشارات دانشگاه تهران.
- ریویر، کلود (۱۳۹۳)، درآمدی بر انسان شناسی، ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نشر نی.
- کتیرایی، محمود (۱۳۷۸). از خشت تا خشت، تهران: نشر ثالث.
- مصاحب، غلام حسین (۱۳۸۳)، دائرة المعارف فارسی (جلد یک)، ناشر: امیر کبیر
- نیکلسون، رینولد (۱۳۹۰). مثنوی معنوی، مولوی بلخی، ویراستاران: رینولد نیکلسون، مسعود هاشمی، ناشر: فرهنگ جامع.
- Breton, G. B. (2008) "College Students with Tattoos and Piercings: Motives, Family Experiences, Personality Factors, and Perception by Others". Psychol Rep, 89:774-86.
- Cano, C. R., & Sams, D. (2010). Body modifications and young adults: Predictors of intentions to engage in future body modification. Journal of Retailing and Consumer Services, 17(1), 80-87.
- DeMello, M. (1995). "Not Just For Bikers Anymore": popular representations of American tattooing. Journal of Popular Culture, 29(3), 37.
- Drossaert, CHC, Braakman-Jansen, LMA (2009). "Are you regretting your Tattoo?", Bachelor Thesis, Psychology - Faculty of Behavioral Sciences University of Twente, Enschede, pp 4-32.
- Garcia-Lopez, L. J., Olivares, J., Beidel, D., Albano, A. M., Turner, S., & Rosa, A. I. (2006). Efficacy of three treatment protocols for adolescents with social anxiety disorder: A 5-year follow-up assessment. Journal of Anxiety Disorders, 20(2), 175-191.
- Kosut, M. (2006). Mad artists and tattooed perverts: Deviant discourse and the social construction of cultural categories. Deviant Behavior, 27(1), 73-95.
- Kosut, M. (2006). An ironic fad: The commodification and consumption of tattoos. The journal of popular culture, 39(6), 1035-1048.
- Leonard, M. (1998). 'Making a Mark on the Culture: Body Piercing, Tattoos, and Scarification Push the Cutting Edge. Boston Globe, 15, C1.
- Martin, A. (1997). On teenagers and tattoos. Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry.
- McAuliffe, M (1990). "Body by Hardy". Argus, VOL. 19, pp 19-20.
- Moitra, E., Herbert, J. D., & Forman, E. M. (2008). Behavioral avoidance mediates the relationship between anxiety and depressive symptoms among social anxiety disorder patients. Journal of Anxiety Disorders, 22(7), 1205-1213.
- Nathanson, C., Paulhus, D. L., & Williams, K. M. (2006). Personality and misconduct correlates of body modification and other cultural deviance markers. Journal of Research in Personality, 40(5), 779-802.
- Sanders, C. R. (1991). Memorial decoration: Women, tattooing, and the meanings of body alteration. Ann Arbor,: University of Michigan.
- Scheinfeld, N. (2007). Tattoos and religion. Clinics in dermatology, 25(4), 362-366.



Sosic, Z., Gieler, U., & Stangier, U. (2008). Screening for social phobia in medical in-and outpatients with the German version of the Social Phobia Inventory (SPIN). *Journal of anxiety disorders*, 22(5), 849-859.

Tiggemann, M., & Hopkins, L. A. (2011). Tattoos and piercings: bodily expressions of uniqueness?. *Body Image*, 8(3), 245-250.