

Tattooing as a Practice of Re-Meaning the Body

Reyhaneh Najjaran (Corresponding Author) 

Bachelor in Social Science at Ferdowsi University, Mashhad, Iran (FUM)/ reyhaneh.najjaran@gmail.com

Toktam Namayandeh Joorabchi 

Post-Doctoral, Faculty of Education, The National University of Malaysia (UKM), Malaysia
T.Namayande@gmail.com

Abstract

Within the framework of the sociology of the body, tattoos represent a distinctive manifestation of the interaction between the individual and society. The main objective of this study is to understand the experiences, attitudes, and motivations of women and men in relation to tattooing. This research adopts a qualitative methodology and is grounded in the grounded theory approach. Data were collected through semi-structured interviews with 27 women and 25 men in Mashhad who had tattoos on their bodies. The findings indicate that tattooing emerges within a complex, multidimensional social process. The causal conditions include the gendered representation of pain and hope on the body, the influence of close reference groups, gendered identification with media tattoo models, aesthetic perceptions of the body, and the desire to escape everyday monotony. Gendered binaries in initial encounters with tattoos, intergenerational and network-based transmission of tattooing, and the redefinition of the social status of tattoos function as contextual conditions influencing tattoo practices. In addition, gendered patterns in occupational policies, gendered choices regarding tattoo visibility, and gender differences in tattoo placement emerged as intervening conditions in this process. Ultimately, tattooing led to outcomes such as the expansion of social ties, pleasure and satisfaction with the body, reconstruction of body image, increased self-confidence, the continuity of tattooing practices, and encounters with social and institutional constraints. Overall, the core category of the study was “re-meaning the body,” suggesting that for participants, tattooing is not merely an aesthetic modification but a social practice through which the body, identity, and lived experience are redefined within the context of contemporary Iranian society.

Keywords: Tattooing; Gender Differences, Re-meaning the Body, Identity Formation, Media Influence, Social Interaction.



Social Problems of Iran, Vol. 17, No. 2, Summer 2026

Received: 26/02/2026 Accepted: 13/05/2026 Pages 261-305



Extended Abstract

1. Introduction

Tattooing has increasingly become a visible form of bodily modification in contemporary Iranian society. Although historically associated with marginality, delinquency, and social deviance, tattooing has gradually acquired new meanings among younger generations and has increasingly been associated with bodily aesthetics, identity expression, individuality, and self-definition. From the perspective of the sociology of the body, this transformation is significant because the body is not merely a biological entity or a passive surface upon which social meanings are imposed. Rather, it constitutes a social and symbolic medium through which individuals negotiate identity, communicate experiences and respond to social expectations. Existing studies have examined tattooing in relation to prevalence, motivations, body image, lifestyle, media influence, and social acceptance. However, much of this research has adopted quantitative approaches and has consequently paid less attention to the lived experiences and meaning-making processes through which individuals come to tattoo their bodies. Moreover, women and men have frequently been examined as a relatively homogeneous population, leaving gendered differences in the meanings, motivations, practices, and consequences of tattooing insufficiently explored. This gap is particularly important in the Iranian context, where changing cultural representations of tattooing coexist with continuing family, occupational, social, and institutional restrictions. Accordingly, the present study aimed to understand the social process of tattooing among women and men in Mashhad and to explain how tattooing functions as a practice through which individuals redefine the meaning of their bodies, identities, and lived experiences.

2. Methodology

This study employed a qualitative methodology based on the systematic grounded theory approach of Strauss and Corbin. The research participants were 52 tattooed individuals in Mashhad, comprising 27 women and 25 men. Participants were selected through snowball sampling, and data were collected through semi-structured interviews. The interviews explored participants' first encounters with tattooing, motivations for tattooing, meanings attributed to tattoo designs, influences of family, friends, peers and media, choices concerning the location and visibility of tattoos, and perceived consequences of tattooing. Data collection and analysis were conducted simultaneously. The interviews were transcribed and systematically analyzed through open, axial, and selective coding. MAXQDA 2018 was used to organize and manage the qualitative data. Through continuous comparison of participants' accounts, concepts and categories were developed and subsequently integrated into a grounded theoretical model. Particular attention was given to gender differences and similarities throughout the analytical process. The final theoretical interpretation emerged from the relationships established among causal, contextual, and intervening conditions, the actions and interactions associated with tattooing, and its perceived

Tattooing as a Practice of Re-Meaning the Body

consequences. The analysis ultimately identified “re-meaning the body” as the core category explaining the central process underlying participants’ experiences of tattooing.

3. Findings

The findings demonstrate that tattooing is a multidimensional social process produced through the interaction of individual experiences and broader social and cultural conditions. The core category, “re-signifying the body,” indicates that tattooing cannot be reduced to an aesthetic modification of appearance. Rather, participants used the tattooed body to reconstruct personal meanings, communicate identity, represent lived experiences, and negotiate their relationship with others and with social expectations. The causal conditions underlying this process included the gendered representation of pain and hope on the body, the influence of close reference groups, gendered identification with tattooed media models, aesthetic perceptions of the body, and the desire to escape everyday monotony. Women and men shared several motivations, but the symbolic meanings attached to tattooing differed in important respects. Among women, tattoos were more frequently associated with beauty, individuality, self-expression, hope, motivation, and symbolic reclamation of bodily autonomy. Among men, tattooing more often represented pain, resistance, strength, change, freedom, or the expression of difficult experiences.

Close social networks played a particularly important role in normalizing tattooing and transforming it from an unfamiliar practice into an attainable form of bodily expression. Friends, relatives, family members, and peers introduced participants to tattooing, encouraged them to undertake it, or sometimes accompanied them during the process. Media and cultural models also contributed to the normalization and symbolic transformation of tattooing. Exposure to tattooed actors, singers, athletes, influencers, films, television programs, and social media provided participants with visual models through which tattoos could be associated with attractiveness, identity, individuality, and social distinction.

The contextual conditions included gendered patterns in the first encounter with tattooing, intergenerational and network-based transmission, and the changing social status of tattoos. Adolescence constituted an important period of exposure for both genders, although the nature of this exposure differed. Among men, first encounters were frequently associated with peers and male social groups, whereas among women they were more closely connected with family experiences, childhood exposure, body awareness, and aesthetic evaluations. These early encounters did not necessarily directly cause tattooing but created a social context in which tattooing became imaginable, acceptable, and potentially achievable. The findings further indicate a transformation in the cultural status of tattooing: an act that was previously associated with socially marginalized groups has increasingly become a normalized component of bodily aesthetics, identity expression, and individual distinction among younger generations.

Intervening conditions shaped how motivations were transformed into specific tattoo practices. These conditions included gendered occupational expectations, decisions concerning tattoo

visibility, and gender differences in tattoo location and size. Participants strategically selected visible or concealed locations according to family expectations, occupational requirements, and social circumstances. Women more frequently considered concealment and aesthetic delicacy, whereas men more often selected larger and more visible tattoos associated with strength, resistance, or bodily display. Occupational context was particularly consequential for men working in formal or governmental settings, where visible tattoos could create barriers to employment and professional advancement. By contrast, participants working in informal, artistic, or independent occupations generally experienced fewer restrictions. Tattooing also produced diverse consequences. Participants reported expanded social relationships, increased pleasure and satisfaction with their bodies, reconstruction of body image, greater self-confidence, hope, emotional release, and greater willingness to continue tattooing. In some cases, tattoos became resources for social and economic capital by facilitating interaction, attracting attention, or contributing to professional activities. At the same time, participants encountered family opposition, social stigma, occupational restrictions, and institutional controls. These experiences demonstrate that tattooing can simultaneously generate agency and constraint, recognition and stigma, and bodily satisfaction and social limitation.

4. Conclusion

The findings indicate that tattooing among women and men in contemporary Iranian society is best understood as a socially embedded process of bodily meaning-making rather than as a purely aesthetic or individual choice. Through tattooing, participants transform the body into a medium for narrating lived experiences, expressing identity, pursuing beauty, communicating emotions, negotiating gender expectations, and responding to social and cultural pressures. The process of “re-signifying the body” emerges through the intersection of individual agency with interpersonal relationships, media representations, cultural transformation, gender norms, occupational structures, and institutional regulation. Although women and men share several motivations and consequences, their experiences differ in the meanings they attach to tattooing and in their strategies for visibility, location, and negotiation with social expectations. The study also reveals a broader transformation in the social meaning of tattooing in Iran: while its association with deviance and marginality has weakened among younger generations, family, occupational, and institutional forms of control continue to regulate the tattooed body. Thus, tattooing constitutes a significant site where contemporary Iranian individuals negotiate the relationship between body, identity, society, and power. It demonstrates how the body can simultaneously be shaped by social structures and become a medium through which individuals exercise agency and re-construct the meanings of their lived experiences.

Keywords: Tattooing; Gender Differences; Re-meaning the Body; Identity Formation; Media Influence; Social Interaction.

خال کوبی به مثابه کنشی برای معنابخشی مجدد به بدن

ریحانه نجاران^۱  تکتم نماینده جورابچی^۲ 

چکیده

در چهارچوب جامعه‌شناسی بدن، خال‌کوبی‌ها جلوه‌ای متمایز از تعامل بین فرد و جامعه هستند. هدف اصلی پژوهش حاضر، فهم تجارب و انگیزه‌های زنان و مردان از انجام خال‌کوبی با استفاده از روش‌شناسی کیفی و رویکرد نظریه داده‌بنیاد است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۲۷ زن و ۲۵ مرد در مشهد که بر روی بدن خود خال‌کوبی داشتند، گردآوری شده‌اند. یافته‌ها نشان داد که انجام خال‌کوبی در بستر فرایندی اجتماعی و چندبعدی شکل می‌گیرد. شرایط علی شامل بازنمایی جنسیتی رنج و امید بر بدن، تأثیر گروه‌های مرجع نزدیک، همانندسازی جنسیتی با الگوهای رسانه‌ای خال‌کوبی، ادراک زیبایی‌شناختی بدن و گریز از یکنواختی روزمره بود. دوگانه‌های جنسیتی در نخستین مواجهه با خال‌کوبی، انتقال بین‌نسلی و شبکه‌ای خال‌کوبی و بازتعریف منزلت اجتماعی به‌عنوان شرایط زمینه‌ای در انجام خال‌کوبی نقش داشتند. به‌علاوه، الگوهای جنسیتی در سیاست‌های شغلی، انتخاب‌های جنسیتی در رؤیت‌پذیری خال‌کوبی و تفاوت‌های جنسیتی در محل خال‌کوبی، به‌عنوان شرایط مداخله‌گر در این فرایند ظاهر شدند. درنهایت، انجام خال‌کوبی به پیامدهایی شامل گسترش پیوندهای اجتماعی، خشنودی و لذت از بدن، بازسازی تصویر بدنی، افزایش اعتمادبه‌نفس، تداوم خال‌کوبی و مواجهه با محدودیت‌های اجتماعی و نهادی منجر می‌شد. درمجموع، مقوله مرکزی پژوهش «معنابخشی مجدد به بدن» بود که نشان می‌دهد خال‌کوبی برای مشارکت‌کنندگان صرفاً تغییری ظاهری نیست، بلکه کنشی اجتماعی برای بازتعریف بدن، هویت و تجربه زیسته در بستر جامعه معاصر ایران محسوب می‌شود.

کلیدواژگان: خال‌کوبی، تفاوت‌های جنسیتی، معنابخشی به بدن، هویت‌یابی، رسانه و الگوپذیری.

۱. کارشناسی جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی، مشهد، ایران (نویسنده مسئول) reyhaneh.najjaran@gmail.com

۲. فوق‌دکتری، دانشکده آموزش، دانشگاه ملی مالزی (UKM)، مالزی. T.Namayande@gmail.com



۱. مقدمه و بیان مسئله

خال کوبی یا تتو به عنوان یک پدیده فرهنگی و اجتماعی با ریشه های تاریخی عمیق، در طول قرون متمادی در جوامع مختلف به عنوان ابزاری برای بیان هویت، باورهای مذهبی، اجتماعی یا حتی زیبایی شناسی مورد استفاده قرار گرفته است (وِدر و همکاران، ۲۰۲۳). خال کوبی اولین بار در جهت تمایز بین گروه های خُرده فرهنگ به کار می رفت (توماس و زنانیکی، ۱۹۹۶) و خُرده فرهنگ های گروهی را متحد و در یک حلقه اجتماعی قرار می داد (بیرو، ۱۳۹۱: ۲۴۸). در بیشتر متون فرهنگی پیرسینگ،^۵ تیغ زنی،^۶ حجاری کردن بدن،^۷ خال کوبی ها و صورت های دیگر تغییرات بدنی دائمی نمایانگر سرسپردگی، پایگاه و هویت های پایدار افراد بودند (وارلا-فرناندز و دیز، ۲۰۲۵). به مرور خال کوبی بیانگر رفتار مردانه و متظاهرانه از نوع نمایش بدن و حس قلدری خشونت شد که به شدت با انحراف، شخصیت بزهکارانه و جنایت افراد مرتبط بود (گیدنز و بردسال، ۱۳۸۶؛ لومبروسو، ۲۰۱۶؛ پال، ۲۰۱۶).

در سال های اخیر معنا و کارکرد خال کوبی نزد جوامع و فرهنگ ها نیز دچار تحول شده و پذیرش عمومی و انجام آن در سطح جهانی در حال افزایش است (کونداکالا و همکاران، ۲۰۲۴). به طوری که بسته به گروه های سنی، قومیت، موقعیت جغرافیایی و سایر عوامل جمعیتی، شیوع کلی خال کوبی در میان بزرگسالان بیش از ۴۰٪ است (لامن و کلوگر، ۲۰۱۸). طبق یک نظرسنجی آنلاین در سال ۲۰۲۳، ۳۱٪ از بزرگسالان در ایالات متحده حداقل یک خال کوبی دارند که نسبت به گزارش های پیشین افزایش قابل توجهی داشته است. به طوری که

1. Tattoo
2. Weder et al.
3. Thomas & Znaniecki
4. Birou
5. Piercing
6. Scarification
7. Body Sculpting
8. Varela-Fernández & Diz
9. Giddens & Birdsall
10. Lombroso
11. Poll
12. Kondakala et al.
13. Laumann & Kluger

در سال ۲۰۰۳ این رقم ۱۴٪، در ۲۰۰۸ به ۱۶٪، در ۲۰۱۲ به ۲۱٪ و در ۲۰۱۵ به ۲۹٪ رسیده بود (شیفر و دینش، ۲۰۲۳؛ شنون-میسال، ۲۰۱۶).

در ایران با توجه به گسترش شبکه‌های اجتماعی و تأثیرگذاری‌شان بر افراد، شکل‌گیری پدیده‌ها و فشارهای اجتماعی متنوع و تغییر باورها و ارزش‌های افراد (تغییر فرهنگی)، خال‌کوبی به عنوان شکلی از هنر فردی، ابزاری برای بیان هویت شخصی و اجتماعی و ایجاد امید و انگیزه، نمادی از طغیان علیه هنجارهای اجتماعی و مطابقت با شرایط اجتماعی و فرهنگی پنداشته می‌شود و در میان بسیاری از افراد در گروه‌های سنی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مختلف در حال گسترش است (وِدر، ۲۰۲۳؛ افراسیابی و شریعتی، ۱۳۹۸؛ امیدی، ۱۴۰۰؛ ناده و ناده، ۲۰۲۴).

اهمیت جامعه‌شناختی این تحول زمانی آشکارتر می‌شود که خال‌کوبی در پیوند با چگونگی تجربه و مدیریت بدن در زندگی روزمره مورد توجه قرار گیرد. بدن افراد در خلأ اجتماعی شکل نمی‌گیرد؛ نوع پوشش، میزان آشکاربودن بدن، شیوهٔ ارائهٔ آن و حتی تصمیم دربارهٔ تغییرات ماندگار بدن، در تعامل با برداشت فرد از خود و واکنش دیگران معنا پیدا می‌کند. از این منظر، خال‌کوبی را نمی‌توان صرفاً تصمیمی منفرد دربارهٔ ظاهر بدن تلقی کرد، زیرا انجام آن فرد را در موقعیتی قرار می‌دهد که باید میان خواست شخصی و برداشت‌های موجود در محیط اجتماعی خود نوعی نسبت برقرار کند. این نسبت برای همهٔ افراد یکسان نیست و می‌تواند برحسب موقعیت اجتماعی، تجربه‌های پیشین، روابط نزدیک و افق انتظاراتی که فرد در زندگی روزمره با آن مواجه است، شکل‌های متفاوتی پیدا کند. به همین دلیل، توجه به خود فرایند شکل‌گیری این کنش اهمیت دارد؛ زیرا تصمیم برای خال‌کوبی از لحظه‌ای که فرد برای نخستین بار با آن مواجه می‌شود تا زمانی که دربارهٔ انجام، طرح، محل و نحوهٔ آشکاربودن آن تصمیم می‌گیرد، در یک بستر اجتماعی مشخص شکل می‌گیرد. در نتیجه، مطالعهٔ خال‌کوبی مستلزم توجه به پیوند میان تجربهٔ فردی و موقعیت اجتماعی است؛ پیوندی که در آن بدن هم موضوع اثرپذیری از محیط اجتماعی است و هم امکان کنش و انتخاب فرد را فراهم می‌کند. این مسئله در مورد زنان و مردان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا تصمیم‌های مربوط به بدن در چارچوب انتظارات اجتماعی و جنسیتی یکسانی اتخاذ نمی‌شوند. آنچه برای

1. Schaeffer & Dinesh

2. Shannon-Missal

3. Naude and Naude

یک فرد به عنوان انتخابی عادی، قابل پذیرش یا حتی مطلوب تلقی می شود، ممکن است برای فرد دیگری با ملاحظات متفاوتی همراه باشد. از این رو، تفاوت جنسیتی را نباید صرفاً به تفاوت در میزان گرایش به خال کوبی یا تفاوت در انگیزه های اعلام شده فروکاست؛ بلکه لازم است بررسی شود زنان و مردان این کنش را در چه مسیر اجتماعی ای تجربه می کنند، چه روابط و موقعیت هایی در شکل گیری آن دخالت دارند و چگونه میان خواست فردی و الزامات پیرامونی خود تعادل برقرار می کنند. چنین نگاهی امکان می دهد خال کوبی نه به عنوان رفتاری منفرد و از پیش تعریف شده، بلکه به مثابه فرایندی در حال شکل گیری فهم شود که معنای آن در جریان تعامل فرد با دیگران و محیط اجتماعی ساخته می شود. در این چارچوب، پرسش از خال کوبی در جامعه ایران صرفاً پرسش از چرایی انجام یک تغییر بدنی نیست؛ بلکه پرسش از فرایندی است که طی آن یک تصمیم مربوط به بدن، در متن روابط اجتماعی، تجربه های جنسیتی و شرایط فرهنگی، به کنشی معنادار برای فرد تبدیل می شود. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر، فهم فرایند اجتماعی انجام خال کوبی در بین زنان و مردان و چگونگی معنابخشی آنان به بدن از خلال این کنش در بستر شرایط اجتماعی و فرهنگی ایران، با استفاده از رویکرد کیفی و روش نظریه داده بنیاد است.

۲. ملاحظات نظری و مفهومی

نظریه کنش متقابل نمادین که ریشه در اندیشه های جرج هربرت بلومر دارد، بر این فرض استوار است که انسان ها بر اساس معانی ای که در فرایند تعامل اجتماعی به پدیده ها نسبت می دهند، عمل می کنند. این معانی ثابت و از پیش تعیین شده نیستند، بلکه در جریان ارتباط با دیگران شکل می گیرند، بازتفسیر می شوند و تغییر می یابند. از این منظر، بدن صرفاً یک واقعیت زیستی نیست، بلکه بستری نمادین برای تولید و انتقال معنا به شمار می رود. خال کوبی نیز می تواند به عنوان یک نماد اجتماعی در نظر گرفته شود که افراد از طریق آن هویت، تجربیات زیسته، ارزش ها، احساسات و نگرش های خود را بازنمایی کرده و در تعامل با دیگران به آن معنا می بخشند.

چارلز هورتون کولی در نظریه «خودآینه سان»^۱ بیان می کند که افراد در فرایند تعامل اجتماعی، خود را از خلال نگاه و ارزیابی دیگران می شناسند و تصویر ذهنی آنان از خویشتن تحت تأثیر

1. Looking-glass Self Theory

برداشت‌های ادراک شده از واکنش دیگران شکل می‌گیرد. از منظر کولی، هویت فردی محصول تعاملات اجتماعی است و افراد به طور مداوم خود را در آینه قضاوت، تأیید یا رد دیگران بازسازی می‌کنند. در این چارچوب، بدن و نشانه‌های بدنی نیز می‌توانند به ابزاری برای شکل‌گیری و بازنمایی خود تبدیل شوند. خال‌کوبی از این منظر صرفاً یک تغییر ظاهری نیست، بلکه بخشی از فرایند ساخت و بازتعریف هویت فردی در تعامل با دیگران محسوب می‌شود.

اروینگ گافمن در نظریه «نمایش خود»، تعاملات اجتماعی را به اجرای نقش در صحنه اجتماعی تشبیه می‌کند. از دیدگاه او، افراد می‌کوشند از طریق مدیریت ظاهر، رفتار و نشانه‌های بدنی، برداشت دیگران از خود را کنترل کنند. در این چارچوب، بدن یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارائه و مدیریت هویت اجتماعی است. انتخاب محل، اندازه و میزان آشکار بودن خال‌کوبی را می‌توان نوعی راهبرد مدیریت تأثیر دانست که افراد از طریق آن می‌کوشند میان بیان فردیت و الزامات محیط‌های اجتماعی، خانوادگی و شغلی تعادل برقرار کنند.

در نگاه فوکو (۱۳۷۸)، بدن مستقیماً درگیر حوزه سیاسی و اجتماعی است و علاوه بر تأثیرپذیری از ساختارهای کلان اجتماعی، می‌تواند به وسیله راهبردهای خود (روش‌های مختلف مدیریت بدن جهت دستیابی به حس رضایت) مستقیماً از سوی دارنده آن نیز متأثر گردد. روابط قدرت ارتباط عمیقی با بدن دارد که ضمن سرمایه‌گذاری در بدن، مبادرت به نشانه‌گذاری و تربیت آن می‌کند و بدن را برای ادای وظایف و ساطع کردن انواع نشانه‌ها تحت فشار قرار می‌دهد. وقتی که فرد جوان قدرت اعمال مدیریت اندکی در دیگر موارد زندگی‌اش دارد، بدنش به عنوان محیط مهمی برای اعمال قدرت به ابزار لذت مبدل می‌شود که سوراخ کردن گوش، آویختن زیورآلات و خال‌کوبی نمونه‌های امروزی از اعمال قدرت بر بدن است. درواقع وقتی روش‌های دیگر اعمال مدیریت نظیر درگیر شدن در کار دلخواه دیرپا می‌شود، لذت‌جویی آنی از طریق اعمال مدیریت بر بی‌واسطه‌ترین دارایی، یعنی بدن، فعالیت‌های جدی به شمار می‌رود (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳۳-۱۳۴).

لازم به ذکر است که در این مقاله از اصطلاح «خال‌کوبی» به عنوان معادل علمی و تحلیلی پدیده نشانه‌گذاری دائمی بدن استفاده می‌شود. باین حال، در میان کنشگران مورد مطالعه واژه «تتو» رواج بیشتری دارد و حامل دلالت‌های فرهنگی خاصی همچون زیبایی‌شناسی مدرن، فردیت‌یابی و تأثیرپذیری از فرهنگ جهانی است. از این رو «تتو» نه صرفاً یک معادل زبانی، بلکه یک نشان‌گر معنایی در تحلیل کیفی داده‌ها تلقی شده و در نقل قول‌های مشارکت‌کنندگان عیناً حفظ گردیده است.

۳. پیشینه تجربی

خال‌کوبی نمونه‌ای کهن از تعاملات با بدن است که با نمادین‌ساختن نمایش بدن و فراهم‌آوردن نوعی مدیریت بدن، آن را از امر زیستی صرف به طغیان اجتماعی و ستیزی گفتمانی مبدل ساخته است. خال‌کوبی‌های سنتی اغلب به جنبه‌های درمانی، دفع چشم‌زخم، یادآوری خاطرات عاشقانه، یادبود مرگ عزیزان، شجاعت و اتحاد با توت‌م انجام می‌شد (امیدی، ۱۴۰۰). به‌طور خاص زنان با انگیزه‌های درمان نازایی، شفابخشی، تمایلات جنسی و تأکید بر زیبایی منحصر به فرد و مردان جهت بیان قدرت و جایگاه اجتماعی خود خال‌کوبی را در نقاط مختلف بدن به کار می‌بردند (گوتر و همکاران، ۲۰۱۲).

امروزه عوامل مختلف دیگری در انجام خال‌کوبی دخیل هستند. مطالعات نشان داده‌اند که وضعیت تأهل و سن با انجام خال‌کوبی ارتباط دارد؛ به‌طور مثال، افراد مجرد و جوان‌تر تمایل بیشتری به خال‌کوبی نشان می‌دهند (مک‌کارتی و همکاران، ۲۰۲۴). همچنین سطح تحصیلات و طبقه اقتصادی-اجتماعی می‌توانند در شکل و معنای خال‌کوبی تأثیرگذار باشند؛ به‌گونه‌ای که افراد با تحصیلات بالاتر و در موقعیت اقتصادی بالاتر اغلب خال‌کوبی‌هایی با طراحی دقیق‌تر و معنای عمیق‌تر (مهرجری و همکاران، ۱۴۰۲).

به‌علاوه، سن اولین مواجهه با خال‌کوبی یکی از متغیرهای مهم است که می‌تواند بر مسیر شکل‌گیری نگرش و تصمیم برای انجام خال‌کوبی تأثیر بگذارد. بررسی‌های جمعیتی در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که بسیاری از افراد اولین مواجهه خود را با خال‌کوبی در دوران نوجوانی یا اوایل جوانی تجربه می‌کنند، به‌گونه‌ای که بخش قابل توجهی از آن‌ها اولین طرح خود را در سنین نوجوانی دریافت کرده‌اند (پالسه و والنت، ۲۰۲۵؛ سیلور و همکاران، ۲۰۰۹).

خودبیانگری و بیان هویت از جمله علل مهم دیگر انجام خال‌کوبی است. از آنجاکه تصویر ذهنی فرد از بدن خود متأثر از زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه‌ای است که در آن زندگی می‌کند، خال‌کوبی جلوه بیرونی او را به واقعیت درونی‌اش نزدیک‌تر می‌سازد که بر ماهیت روابط اجتماعی او تأثیر می‌گذارد (افراسیابی و شریعتی‌نسب، ۱۳۹۸). همچنین تعدادی از محققان به این نتیجه رسیدند که عامل ابراز هویت از مهم‌ترین عوامل انگیزشی

1. Gotz et al.
2. McCarty et al.
3. Palese and Valent
4. Silver et al.

و دلایل انجام خالکوبی است (وِدر، ۲۰۲۳؛ اسکاتیگنا و همکاران،^۱ ۲۰۲۲؛ ناده و ناده، ۲۰۲۴؛ مهربابی و همکاران، ۱۳۹۵).

صرامی (۱۳۹۵) در تحقیقی که به جست‌وجوی معنا از دیدگاه هنرمند و مخاطب خالکوبی پرداخته است، بیان می‌کند نقوش خالکوبی و ایجاد آن‌ها بر بدن در ساختار فرهنگی و اجتماعی جامعه‌ای چون ایران، ممکن است برآمده از تمایلات فردی چون تمایل به زیبایی و همچنین معنای نمادینی باشد که از مناسبات اجتماعی چون تمایلات گروهی و آیینی و بافت فرهنگی و تاریخی ویژه جامعه تأثیر پذیرفته و بر آن‌ها تأثیر می‌گذارد. در همین راستا امیدی (۱۴۰۰) نیز معتقد است که امروزه در انجام خالکوبی جنبه‌های اعتراضی، هنری و جلب توجه دیگران حائز اهمیت شده است.

همچنین، دستیابی به اعتماد به نفس، رضایت و امید در نتیجه زیبایی بدن یا نمادین ساختن آن با خالکوبی، از جمله دلایل گرایش افراد به انجام خالکوبی می‌باشند که میروکا و همکاران^۲ (۲۰۲۵) و گوپتا و پاندی^۳ (۲۰۲۳) در پژوهش خود بیان کرده‌اند. به علاوه، روکس و بلک^۴ (۲۰۱۹) وجود امور تکرارشونده و احساس روزمرگی را به عنوان عناصر تأثیرگذار در انجام خالکوبی معرفی کرده‌اند. با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه و نوع فعالیت‌های رایج اغلب افراد در زندگی خود هیجان خاصی را تجربه نمی‌کنند و امور متفاوتی را در طی روز انجام نمی‌دهند. به همین علت با توجه به محوریت بدن در زیست روزمره و زندگی افراد، انجام خالکوبی منجر به رهایی از روزمرگی و دستیابی به تنوع و هیجان می‌شود. افراسیابی و شریعتی‌نسب (۱۳۹۸) و اوستوجیک و تیلور^۵ (۲۰۲۳) عواملی همچون تأثیر اطرافیان (دوستان و خانواده)، تضاد بین ارزش‌های فردی و انتظارات اجتماعی و ادراک اجتماعی را جزو عوامل درون فردی و عواملی مانند ابراز هویت و خود، مطابقت با هم‌سالان و زیباسازی بدن را جزو عوامل میان فردی تأثیرگذار بر انجام خالکوبی شناسایی کردند. همچنین، محل انجام خالکوبی بخشی از معنا و علت خالکوبی است. براین اساس، انتخاب مکان‌هایی مانند دست، صورت و گردن برای خالکوبی نشان‌دهنده میزان

1. Scatigna et al.

2. Mirucka et al.

3. Gupta and Pandey

4. Roux & Belk

5. Ostoja & Taylor

اعتماد به نفس و پذیرش قضاوت اجتماعی می‌باشند (دین،^۱ ۲۰۱۱؛ مولوی و واگستاف^۲، ۲۰۲۱ و بروسارد و هارتون^۳، ۲۰۱۸).

رسانه‌ها از جمله عوامل دیگری هستند که در تصمیم به انجام خال‌کوبی و گسترش و شیوع آن در بین جوانان تأثیرگذار هستند (خسروی،^۴ ۲۰۱۷؛ رائو و یاداو،^۵ ۲۰۲۴؛ ریز،^۶ ۲۰۲۱). رسانه‌ها، سلبریتی‌ها و بازیگران در آشنایی، شیوع، عادی‌سازی و پذیرش اجتماعی خال‌کوبی تأثیرگذار هستند. رسانه‌ها، بدن را همچون بوم نقاشی معرفی می‌کنند که طرح‌های خال‌کوبی بر روی آن، افکار، نگرش‌ها، علائق و هویت را بیان می‌کنند.

کبیری و همکاران (۱۴۰۴) و توکر و همکاران^۷ (۲۰۲۵) یکی از عوامل مهم دخیل در تصمیم به انجام خال‌کوبی را محدودیت‌های اجتماعی و شغلی معرفی کردند. افراد دارای خال‌کوبی از اغلب موقعیت‌های شغلی دولتی محروم می‌شوند و امکان استخدام در این مکان‌ها را ندارند (لیگال کلریتی تیم،^۸ ۲۰۲۶). این امر که بر منبع درآمد و آینده شغلی افراد مستقیماً تأثیرگذار است، نقش مهمی در انجام خال‌کوبی، انتخاب محل و اندازه خال‌کوبی ایفا می‌کند.

مرور مطالعات پیشین نشان می‌دهد که اگرچه پژوهشگران به بررسی عواملی مانند هویت‌یابی، خودبیانگری، زیبایی‌شناسی بدن، تأثیر رسانه‌ها و فشار همسالان پرداخته‌اند، اما چند خلأ مهم همچنان در این حوزه وجود دارد. بخش عمده پژوهش‌ها با رویکرد کمی انجام شده و بیشتر بر شیوع، نگرش‌ها و روابط میان متغیرها تمرکز داشته‌اند؛ از این رو، تجربه زیسته و فرایندهای معنایی مرتبط با خال‌کوبی کم‌تر بررسی شده است. همچنین، اغلب مطالعات زنان و مردان را به صورت یکسان تحلیل کرده و تفاوت‌های جنسیتی در انگیزه‌ها، معانی فرهنگی و پیامدهای خال‌کوبی را کم‌تر مورد توجه قرار داده‌اند. در مطالعاتی که در ایران انجام شده نیز خال‌کوبی عمدتاً از منظر انحراف اجتماعی، زیبایی بدن یا سبک زندگی مطالعه شده و ارتباط آن با معنابخشی مجدد به بدن و بازسازی هویت فردی کم‌تر واکاوی شده است.

1. Dean
2. Molloy & Wagstaff
3. Broussard & Harton
4. Khosravi
5. Rao & Yadav
6. Rees
7. Tucker et al.
8. Legal Clarity Team

براین اساس، پژوهش حاضر با بهره‌گیری از نظریه داده‌بنیاد، فراتر از شناسایی عوامل منفرد، به تفسیر فرایند اجتماعی شکل‌گیری خال‌کوبی در بستر زندگی روزمره مشارکت‌کنندگان می‌پردازد. این پژوهش همچنین با مقایسه تجارب زنان و مردان، تفاوت‌ها و شباهت‌های جنسیتی در انگیزه‌ها، معانی و پیامدهای خال‌کوبی را آشکار ساخته و خال‌کوبی را به مثابه کنشی اجتماعی برای بازتعریف بدن، هویت و تجربه زیسته تفسیر می‌کند. افزون بر این، تمرکز بر زمینه فرهنگی ایران، به فهم نحوه تعامل ساختارهای اجتماعی، فرهنگ، رسانه و عاملیت فردی در شکل‌گیری این پدیده کمک می‌کند.

۴. روش‌شناسی

این پژوهش با رویکرد کیفی و نظریه داده‌بنیاد سیستماتیک اشتراوس و کوربین انجام شد. انتخاب این رویکرد به دلیل هدف پژوهش در تفسیر فرایند اجتماعی انجام خال‌کوبی و شناسایی روابط میان مقوله‌های استخراج‌شده صورت گرفت. همچنین، از آنجاکه پژوهش حاضر در پی ارائه مدلی مفهومی از فرایند «معنا بخشی مجدد به بدن» بود، رویکرد سیستماتیک به دلیل فراهم‌کردن چارچوبی منسجم برای تحلیل ارتباط میان مقوله‌ها و سازمان‌دهی یافته‌ها در قالب مدل پارادایمی انتخاب شد. با توجه به کیفی بودن تحقیق، حجم نمونه از قبل تعیین نشد بلکه در فرایند جمع‌آوری اطلاعات با رسیدن به درجه اشباع مشخص شد (کوربین و اشتراوس، ۲۰۱۴).

مشارکت‌کنندگان شامل ۵۲ زن و مرد دارای خال‌کوبی بودند که از طریق نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته به صورت تلفنی گردآوری شد. این شیوه امکان بررسی انعطاف‌پذیر تجربه‌ها و معانی ذهنی مشارکت‌کنندگان را در کنار حفظ انسجام محورهای اصلی پژوهش فراهم می‌کرد. پیش از انجام مصاحبه‌ها، رضایت آگاهانه مشارکت‌کنندگان برای ضبط و استفاده از داده‌ها با حفظ محرمانگی و استفاده از نام‌های مستعار اخذ شد.

سؤالات مصاحبه بر مبنای اهداف پژوهش و مرور ادبیات طراحی شد و موضوعاتی همچون انگیزه‌های انجام خال‌کوبی، مسیر آشنایی با آن، معانی منتسب به طرح‌ها و نقش عوامل اجتماعی و فرهنگی در شکل‌گیری این تجربه را در برمی‌گرفت.

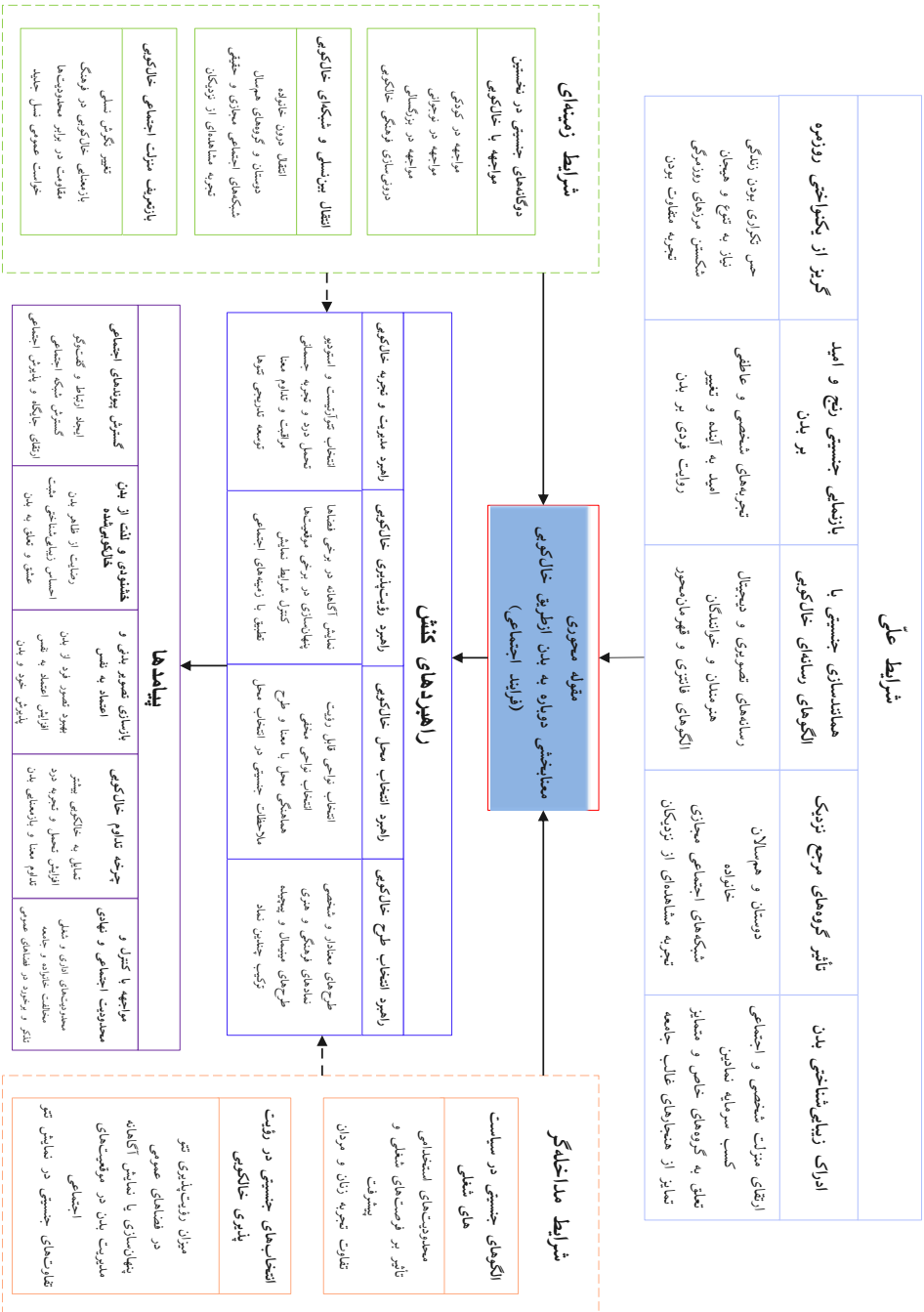
برای مثال، از مشارکت‌کنندگان پرسیده شد: «چرا تصمیم گرفتید خال‌کوبی انجام دهید؟»، «اولین بار چگونه با خال‌کوبی آشنا شدید؟»، «طرح و محل خال‌کوبی بر روی بدن شما چه معنایی برای شما دارد؟» و «پس از انجام خال‌کوبی چه تغییراتی در احساسات و روابط اجتماعی خود تجربه کرده‌اید؟». همسو با منطق نظریه داده‌بنیاد، سؤالات مصاحبه در طول فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورت تدریجی تکمیل و بازنگری می‌شدند.

تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰۱۸ و از طریق فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی به طور مکرر مرور و کدگذاری شدند و سپس کدهای مشابه در قالب مقوله‌های مفهومی سازمان‌دهی شدند. برای افزایش اعتبار یافته‌ها، گردآوری و تحلیل داده‌ها به صورت هم‌زمان و طی یک دوره زمانی مستمر انجام شد و فرایند کدگذاری و تحلیل به طور مداوم در میان اعضای تیم پژوهش مورد بررسی و توافق قرار گرفت. همچنین، با انتخاب مشارکت‌کنندگانی با ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی متنوع، تلاش شد دامنه تجربیات مورد مطالعه گسترش یابد و امکان انتقال‌پذیری یافته‌ها به موقعیت‌های مشابه افزایش پیدا کند.

مصاحبه‌شوندگان در بازه سنی ۱۸ تا ۵۳ سال قرار داشتند. ۹ زن و ۱۳ مرد دارای مدرک فوق‌دیپلم و پایین‌تر، ۱۵ زن و ۱۰ مرد دارای مدرک لیسانس و ۳ زن و ۲ مرد دارای مدرک فوق‌لیسانس هستند. ۴۵ نفر از افراد شاغل، ۳ نفر دانشجو و ۴ نفر بیکار هستند. همچنین ۳۶ نفر مجرد، ۱۴ نفر متأهل و ۲ نفر مطلقه هستند.

کم‌ترین سن آشنایی با خال‌کوبی در میان مردان و زنان ۳ سال و بیشترین سن ۴۵ سال است. به علاوه کم‌ترین سن انجام خال‌کوبی ۱۱ سال و بیشترین ۵۰ سال است. بیشترین تعداد خال‌کوبی در میان زنان ۱۱ و در میان مردان ۲۰ و کم‌ترین تعداد در هر دو گروه ۱ خال‌کوبی است. از نظر محل خال‌کوبی، در ناحیه دست و پا، ۲۱ نفر از زنان و تمامی مردان، در ناحیه گردن، ۳ نفر از زنان و ۶ نفر از مردان و بر روی بدن ۱۰ نفر از زنان و ۱۱ نفر از مردان دارای خال‌کوبی هستند.

اندازه خال‌کوبی ۱۹ نفر از زنان و ۱۰ نفر از مردان مینیمال (کوچک)، ۹ نفر از زنان و ۱۸ نفر از مردان بزرگ و ۶ نفر از زنان و ۷ نفر از مردان متوسط است. ۱۶ نفر از زنان و ۱۴ نفر از مردان در بالای شهر، ۷ نفر از زنان و ۹ نفر از مردان در میانه شهر، ۴ نفر از زنان و ۲ نفر از مردان در پایین شهر سکونت داشتند. در نهایت ۴۲ نفر مصرف مشروبات الکلی دارند و ۴۱ نفر سیگار و قلیان استعمال می‌کنند.



شکل شماره ۱: فرایند معنابخشی به بدن در میان زنان و مردان دارای خالکوبی

۵. یافته‌ها

بررسی روایت‌های مشارکت‌کنندگان نشان داد که خال‌کوبی در بستر تعامل میان تجربه‌های فردی و شرایط اجتماعی معنا پیدا می‌کند. افراد نه تنها دلایل متفاوتی برای روی آوردن به خال‌کوبی بیان کردند، بلکه معانی، کارکردها و پیامدهای متفاوتی نیز برای آن قائل بودند. از این رو، یافته‌های پژوهش ابعاد مختلف این فرایند معناسازی را از خلال مقوله‌های استخراج شده از داده‌ها نشان می‌دهد (شکل شماره ۱).

۵-۱. شرایط علی

۵-۱-۱. بازنمایی جنسیتی رنج و امید بر بدن

با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر جامعه ایران، دستیابی به خواسته‌ها و چشم‌اندازهای فردی برای بسیاری از افراد دشوار شده و در نتیجه، فشارهای روانی و اجتماعی در سطح خانواده و زندگی روزمره افزایش یافته است. این وضعیت موجب شده است که بخش قابل توجهی از زنان و مردان نسبت به جایگاه اجتماعی خود احساس ناامیدی داشته باشند.

در چنین بستری، مردان اغلب خال‌کوبی‌هایی را انتخاب می‌کنند که بازتاب دهنده تجربه زیسته آن‌ها از رنج، فشار یا تمایل به تغییر و مقاومت و رهایی و آزادی باشد و به نوعی نقش برون‌ریزی این فشارها را ایفا کند. در مقابل، با توجه به حضور فعال‌تر زنان در عرصه‌های اجتماعی و نقش‌های متنوع‌تری که امروزه بر عهده دارند، آن‌ها بیشتر به سمت طرح‌هایی گرایش پیدا می‌کنند که بیانگر امید، انگیزه و تلاش برای ادامه زندگی در شرایط دشوار باشد. این الگوها نشان می‌دهد که معنا و کارکرد خال‌کوبی برای هر دو گروه، ریشه در شرایط عینی و ذهنی آن‌ها دارد و مستقیماً در شکل‌گیری تصمیم به انجام خال‌کوبی دخیل است؛ از این رو، می‌توان این مقوله را در زمره شرایط علی قرار داد.

حدیث: «به خاطر فشارهای مالی، اقتصادی و خانوادگی، تنش و اضطرابم خیلی زیاد شده و روی بدنم لک ظاهر شده. پس تصمیم گرفتم روی این لک‌ها تاتو بزنم تا حداقل حس بهتری نسبت به بدنم و ادامه به زندگی داشته باشم».

ساغر: «توی girl power رو انتخاب کردم، چون به من انگیزه، جسارت و شجاعت زیادی می‌بخشه. مدام بهم یادآوری می‌کنه که چقدر قدرتمند هستم».



خالکوبی «Girl Power» به مثابه یادآور روزمره قدرت و جسارت فردی

سارا: «به خاطر شرایط سختی که در زندگی همه ما پیش آمده، کم کم افکار خودکشی اومدن سراغم. تصمیم گرفتم تتوی نماد خودکشی رو انتخاب کنم. می خواستم هروقت فکر خودکشی اومد سراغم، بهش نگاه کنم و بیشتر مقاومت کنم».

داریوش: «عاشق یک دختری بودم و خیلی کار کردم تا شرایط مالی رو تأمین کنم. اما نشد و به خاطر شرایط خانوادگی ش مجبور شد با یکی دیگه ازدواج کنه. آسیب خیلی زیادی دیدم و تصمیم گرفتم این درد رو به شکل خاصی طراحی کنم و تتو کنم تا این طوری مقداری از دردم رو کم کنم. دیگه هیچ کاری از دستم برنمی اومد که انجام بدم».

۵-۱-۲. تأثیر گروه های مرجع نزدیک

یافته های پژوهش نشان داد که مشاهده خالکوبی در دیگران و تعامل نزدیک با افراد دارای خالکوبی، نقش مهمی در تصمیم مشارکت کنندگان برای انجام خالکوبی داشته است. پانزده زن و هجده مرد عنوان کردند که مشاهده خالکوبی دوستان یا اعضای خانواده، آن ها را به انجام خالکوبی ترغیب کرده است. در برخی موارد، این تأثیر صرفاً در حد مشاهده نبوده، بلکه مشارکت کنندگان از طریق اطرافیان خود با فرایند خالکوبی آشنا شده و حتی با پیشنهاد یا همراهی آن ها جهت انجام خالکوبی اقدام کرده اند. این همراهی، برای برخی نیز جنبه ای حمایتی داشته است.

ستاره: «دوست صمیمی من خودش تتو زده بود و به من هم پیشنهاد داد تتو بزنم».

مریم: «از بین دوستان و فامیل هامون، چند نفر تتو زده بودن که باعث می شدن من هم دلم بخواد برم تتو بزنم».

متین: «پسرم تتو یاد گرفت و تتو می زد، دوست داشتم برای حمایت ازش من هم تتو بزنم».

همچنین حضور در فضاهایی مانند باشگاه‌های ورزشی در میان مردان که بدن را در معرض دید قرار می‌دهد، زمینه مشاهده و تأثیرپذیری از خال کوبی بر بدن دیگران را افزایش داده و انگیزه انجام خال کوبی را تقویت کرده است.

پیمان: «وقتی باشگاه می‌رفتم، جذابیت تنوروی بدن ورزشکاری می‌دیدم، این خیلی من رو ترغیب کرد تا تنو بزوم».

۳-۱-۵. همانندسازی جنسیتی با الگوهای رسانه‌ای خال کوبی

در میان مردان، فیلم‌ها، موسیقی و شبکه‌های اجتماعی بیشترین نقش را در مواجهه با تصاویر خال کوبی ایفا کرده‌اند. از نظر ژانر فیلم، بیشترین گرایش به فیلم‌های اکشن و علمی - تخیلی (هشت نفر) گزارش شد، پس از آن درام (هفت نفر) و ژانرهای جنایی، معمایی و ترسناک (پنج نفر) قرار داشتند. این ژانرها عمدتاً بر شخصیت‌های شاخص، کنشگر و دارای بدن نمادین تمرکز دارند که تأثیر رسانه را در بین مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهند.

سینا: «پیش‌تر تنوها رو اول در فیلم‌های اکشن دیدم؛ قهرمان‌های فیلم همیشه تنو داشتن و برام جذاب بود».

فرید: «معمولاً در فیلم‌ها به خصوص ژانرهای اکشن، جنایی و ترسناک؛ بدن بازیگرها به خاطر فعالیت بالا نمایان‌تره و اغلبشون هم تنو دارن که برای مخاطب جذابه».

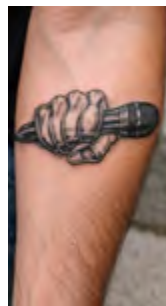
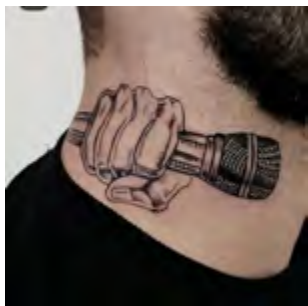
در میان زنان نیز بیشترین میزان تماشای فیلم مربوط به ژانرهای اکشن و علمی - تخیلی و همچنین درام و عاشقانه بود و پس از آن فیلم‌های ترسناک و معمایی قرار داشتند. این ژانرها بر نوع معنا و تصویری که زنان از خال کوبی در ذهن خود ساخته بودند، تأثیر گذاشته‌اند.

نسیم: «در فیلم‌های اکشن یا معمایی، بازیگرها حرکات نمایشی زیادی دارن و به خاطر همین لباس‌هایی کم‌تری تنشون هست و بدنشون هم تنوهای جذابی داره. در فیلم‌های عاشقانه هم گاهی شخصیت اصلی بدنش تنو داره و همین، زیبایی‌اش رو چند برابر کرده. من خیلی جذب تنو و بدن بازیگرها می‌شدم».

همچنین، اغلب خوانندگانی که مردان و زنان به آن‌ها اشاره کردند، مانند توماج صالحی، تتلو، رضا پیشرو، حسین رحمتی، اپیکور و شایع در بین خوانندگان ایرانی، مرلین منسون و جیمز هتفیلد در خوانندگان غیرایرانی؛ دارای خال کوبی بودند. در حوزه بازیگری چهره‌های بین‌المللی مانند مایکل اسکافیلد، جانی دپ، برد پیت، آنجلینا جولی و در بین ایرانیان الناز شاکردوست، ترانه علیدوستی و الهام پناه‌نژاد بیش از دیگران ذکر شدند.

مشاهده خالکوبی بر بدن این چهره‌ها، برای بسیاری از زنان نقش الگو و تأییدکننده داشته و به شکل‌گیری سلیقه و اطمینان آن‌ها در انتخاب خالکوبی کمک کرده است.

پدرام: «بعضی آدم‌ها مثل توماج صالحی تأثیر زیادی روی جامعه و فرهنگ می‌گذارن. من به این افراد علاقه‌مند می‌شم و دوست دارم شبیه‌شون باشم. به عشق توماج و علاقه‌م به موسیقی، میکروفون رو تتو کردم».



خالکوبی‌های توماج صالحی، به عنوان الگوی مرجع

منبع: اینکینگ استودیو. (۱۴۰۰، ۲۴ آبان). طرح تاتوی بازوی توماج صالحی [ویدئو]. یوتیوب.
https://youtube.com/shorts/urQ8f6Tlbvcsi=e2qVC5gS_pFJviqN

Toomaj Salehi [@OfficialToomaj]. (2023, June 16). For the freedom of the voice of Iran #Toomaj_Salehi #FreeToomaj [Post]. X. <https://x.com/OfficialToomaj/staus/1670131784607039488>

خالکوبی میکروفون بر ساعد
دست بهزاد؛
الهام‌گرفته از خالکوبی توماج
صالحی و بازتفسیر آن در بدن
فردی



خالکوبی‌های تتلو به عنوان الگوی الهام‌بخش

Pinterest. (n.d.). Image [Image]. <https://i.pinimg.com/736x/ef/74/21/ef7421dc7a3907e3fb7e-3fb9d86f3c432362c.jpg>

Mohammad. (n.d.). Amir Tataloo, Iranian singer [Image]. Pinterest. <https://www.pinterest.com/pin/416794140525510765/>

خالکوبی گل رز بر بدن
مشارکت‌کننده (امیر)؛
الهام‌گرفته و بازتفسیر شده از
طرح‌های خالکوبی تتلو

امیر: «تتلو، پیشرو و حسین از خواننده‌های مورد علاقه من هستن. برای تتو هام از تتلو الهام گرفتم».

اشکان: «اپیکور و افراد داخل موزیک ویدیوهاشون، تتوهای زیادی دارن. هر دفعه موزیک ویدیوهاشون رو نگاه می‌کردم، تتو بیشتر برام جذاب و نرمال می‌شد و دوست داشتم شبیه اونا بدنم پر از تتو بشه».



بدن خال‌کوبی شده مشارکت‌کننده (اشکان)؛ بازتولید سبک بدنی الهام‌گرفته از الگوی رسانه‌ای



تصویر اپیکور با بدن‌های خال‌کوبی شده به عنوان الگوی مرجع در موزیک ویدیوها

EpiCure. (2024, October 14). EpiCure & Amin Aminem - Mast Didanet Ft Bobby Salar (Official Video) [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=L9JH1n5bpys>



خال‌کوبی‌های مرلین منسون

حسینی، امیر. (۱۴۰۴، ۶ شهریور). بیوگرافی مرلین منسون. املاک مارمارا استار استانیول.

<https://marmarahouse.com/marilyn-manson-بیوگرافی-مرلین-منسون>

Hosseini, A. (2025, August 28). Biography of Marilyn Manson. Marmara House.



خال‌کوبی‌های جیمز هتفیلد

جوادی، مرضیه. (۱۴۰۳، ۴ اسفند). تغییر ظاهر جیمز هتفیلد؛ خواننده متالیکا در تعطیلات.

<https://rooziato.com/1403672912/james-hetfield-girlfriend-vacation/>

Javadi, M. (2025, February 22). James Hetfield's changing appearance; Metallica's legendary singer on vacation with his young girlfriend. Rooziato. <https://rooziato.com/1403672912/james-hetfield-girlfriend-vacation/>



خالکوبی های جانی دپ به عنوان الگوی زیبایی شناختی مورد اشاره مشارکت کنندگان

Johnny Depp [@johnnydepp]. (2025, July 18). The "Ian Hunter" book is a celebratory collection of rare and unseen visual treats compiled by @rosshalfin and @ianhunterdotcom. Limited editions [Photograph]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DMQhak3sjFm/>

یاسمن و اشکان: «جانی دپ با تتوهای محشرش بازیگر مورد علاقه من هستش و دوست داشتم مثل اون تتو داشته باشم».



خالکوبی ترانه علیدوستی به عنوان الگوی معنایی و هویتی در انتخاب خالکوبی مشارکت کننده

ماهور: «ترانه علیدوستی رو خیلی دوست دارم. به خاطر همین یکی از تتوهای من که زدم مثل ایشون فمینیستی هست».

علاوه بر این، رسانه‌های تصویری و دیجیتال نقش مهمی در شکل‌دهی به سلیقه مردان و زنان داشتند. هجده نفر از مردان و شش نفر از زنان صفحات خال‌کوبی در اینستاگرام را دنبال می‌کردند، دوازده نفر از مردان و هفت نفر از زنان، از پینترست برای مشاهده و انتخاب طرح‌های خال‌کوبی استفاده می‌کردند و شش نفر از مردان و ده نفر از زنان به برنامه‌های ماهواره‌ای اشاره کردند. همچنین تنها دو نفر از مردان از ابزارهای هوش مصنوعی جهت جست‌وجوی طرح‌های خال‌کوبی نام بردند. این فضاها رسانه‌ای بیشتر به عنوان منبع الهام، آشنایی با سبک‌ها و مشاهده الگوهای متنوع خال‌کوبی عمل کرده‌اند.

حامد: «صفحات زیادی دربارهٔ تتو در اینستاگرام دنبال می‌کنم چون جذاب هستن».

ارسلان: «داخل اینستاگرام چند صفحهٔ تتو دنبال می‌کنم. اگر در اکسپلورر از تتویی خوشم بیاد، ذخیره می‌کنم یا نمونه کار تتوآرتیستش رو چک می‌کنم».

یسنا: «داخل اینستاگرام چندین صفحه و طرح‌های تتورو دنبال می‌کنم».

همچنین، مواجهه با کارتون‌های دوران کودکی در میان زنان و مردان برجسته بود. بیست و دو زن و دو مرد به کارتون‌های فانتزی، پنج زن و چهار مرد به کارتون‌های خانوادگی یا احساسی، پنج زن و چهارده مرد به کارتون‌های قهرمان‌محور و سه زن و هفت مرد به محتوای ماجراجویانه اشاره کردند. این مواجهه‌های اولیه، چهارچوب‌های تخیلی و نمادینی را شکل داده که بعدها در انتخاب طرح و معنای خال‌کوبی بازتاب یافته است.

فرید: «از بچگی عاشق بتمن بودم. الگوم شده بود و خیلی باهاش همزادپنداری می‌کردم. به خاطر همین تصمیم گرفتم تصویرش رو تتو بزنم».



خال‌کوبی بتمن به عنوان نماد همانندسازی با شخصیت تخیلی در انتخاب مشارکت‌کننده

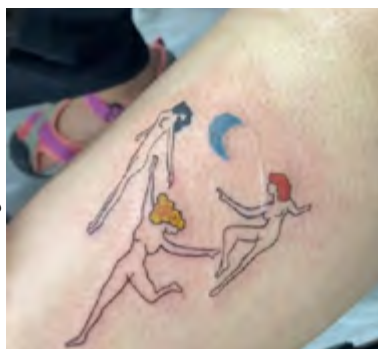
۴-۱-۵. ادراک فرهنگی خالکوبی

یافته‌های پژوهش نشان داد که در میان هر دو گروه زن و مرد، خالکوبی صرفاً به عنوان یک عنصر تزئینی درک نمی‌شود، بلکه اغلب حامل معنا، روایت شخصی و تجربه زیسته افراد است. مشارکت‌کنندگان تأکید داشتند که خالکوبی باید بازتاب‌دهنده داستان زندگی، باورها، نگرش‌ها یا وقایع مهمی باشد که در مسیر زندگی آن‌ها رخ داده است. در این معنا، خالکوبی به ابزاری برای بیان خود، ثبت تجربه و حتی واکنش به فشارهای اجتماعی تبدیل شده است. برخی از مشارکت‌کنندگان اشاره کردند که خالکوبی برای آن‌ها راهی برای برون‌ریزی فشارهای روانی و اجتماعی بوده است. برای مثال، ساسان بیان می‌کند:

«من به دلیل مشکلات اقتصادی و تنش‌های خانوادگی، با بابام دعوا کردم و بابام من رو از خونه بیرون کرد. به خاطر همین رفتم یک مصرع از شعری رو به عنوان تتو انتخاب کنم تا تجربه این تلخی و طرد شدنم رو همیشه با خودم به همراه داشته باشم».

همچنین مشارکت‌کننده دیگری که در جریان اعتراضات سال ۱۴۰۱ بازداشت شده و تجربیات تلخی را پشت سر گذاشته بود، نماد دستبند و بند زندان را به عنوان خالکوبی بر بدن خود ثبت کرده بود.

در میان زنان نیز خالکوبی به عنوان ابزاری برای بیان نگرش‌های اجتماعی، مقاومت نمادین و تغییر فرهنگی مطرح بود. برخی از مشارکت‌کنندگان زن، به ویژه در پی تجربه محدودیت‌ها و فشارهای اجتماعی مرتبط با جنبش «زن، زندگی، آزادی»، طرح‌هایی را انتخاب کرده بودند که بیانگر اعتراض، آزادی و بازپس‌گیری مالکیت بر بدن بود. برای نمونه، یکی از زنان تصویری از سه دختر در حال رقص را به عنوان خالکوبی انتخاب کرده بود تا هم خواسته‌های شخصی خود و هم تجربه فشار ناشی از هنجارهای پوشش را بازنمایی کند.



خالکوبی سه پیکر زنانه در حال رقص، در حکم بازنمایی مقاومت نمادین و بیان نگرش‌های اعتراضی نسبت به هنجارهای پوشش

۵-۱-۵. ادراک زیبایی شناختی بدن

داده‌های پژوهش نشان داد که نگرش مشارکت‌کنندگان نسبت به بدن زیبا نقش مهمی در تصمیم به انجام خال‌کوبی داشته است. بدن در نگاه بسیاری از مشارکت‌کنندگان، نه تنها یک امر زیستی، بلکه نوعی سرمایه اجتماعی تلقی می‌شود که می‌تواند در معرض ارزیابی، قضاوت و نمایش قرار گیرد. در این چهارچوب، خال‌کوبی به عنوان یکی از شیوه‌های مدیریت و زیباسازی بدن مطرح می‌شود. در این راستا برخی از زنان و مردان از خال‌کوبی به منظور پوشاندن نقص‌های بدنی یا بازتعریف آن‌ها استفاده کرده بودند.

خسرو: «من عمل جراحی انجام داده بودم و رد بخیه‌ها روی بدنم مونده بود. پس تصمیم گرفتم تتو کنم تا این ردها پوشیده بشن».

مهديس: «رد بخیه‌های عمل پیکرتراشیم، روی بدنم مونده بود و دوستشون نداشتم. حس می‌کردم بدنم زیبایی‌ش رو از دست داده. برای همین گفتم برم تتو کنم تا چشمم به این ردها نیوفته و زیبایی بدنم هم برگرده».

ادراک فرهنگی از خال‌کوبی و ادراک زیبایی شناختی بدن، به عنوان نیروهای معنابخش، پیش از تصمیم‌گیری برای خال‌کوبی عمل کرده و زمینه تولید انگیزه را فراهم می‌کنند.

۵-۱-۶. گریز از یکنواختی روزمره

تمایل به رهایی از یکنواختی و تکرار زندگی روزمره، در میان هر دو گروه زن و مرد، یکی از عوامل مؤثر در تصمیم به انجام خال‌کوبی بوده است. در میان زنان، خال‌کوبی اغلب در امتداد سایر شیوه‌های تغییر ظاهر و بازتعریف خود، مانند تغییر مدل مو یا سبک پوشش، معنا می‌یافت.

آن‌ها خال‌کوبی را ابزاری برای تنوع‌بخشی به زندگی و احیای حس فردیت تلقی می‌کردند؛ امری که به آن‌ها امکان می‌داد بدن خود را به فضایی برای خلاقیت، تغییر و تجربه‌ای تازه بدل کنند. از این منظر، خال‌کوبی نشانه‌ای از تمایل به نوسازی هویت و فاصله‌گرفتن از الگوهای تکراری زندگی روزمره بود.

صدف: «زندگی اکثر ما شده سروکله زدن با گرونی، مدام کار کردن و کلی فشار اجتماعی و روانی. زندگی مون تنوع و تفریح کافی رو نداره. انجام دادن یک سری کارها مثل تتو زدن، هیجان و تنوع رو به زندگی ت می‌آره».



خالکوبی های مشارکت کننده (صدف) به عنوان راهبردی برای ایجاد هیجان، تنوع و گریز موقت از فشارهای اقتصادی و روانی زندگی روزمره

مردان نیز انگیزه ای مشابه را بیان می کردند، اما اغلب آن را در قالب گریز از یکنواختی، بازیابی پویایی و مقابله با سکون زندگی روزمره مطرح می ساختند. برای بسیاری از آنها، خالکوبی نوعی کنش بدن مند برای شکستن نظم تکرارشونده زندگی و ایجاد هیجان و تفاوت در تجربه شخصی بود. با ثبت نشانه ای ماندگار بر بدن، مردان احساس می کردند کنترل بیشتری بر زمان، بدن و مسیر زندگی خود به دست می آورند.

پارسا: «آدم انگار داره یک روتین معمولی و یک روتین پوستی که همه انسان ها باهم مشترک هستن رو تغییر می ده. قاعدتاً این باعث نشاط هم می شه و هر کسی که می ره تتو می زنه به نظر من قبلش انتخاب کرده و دوست داره که از این حالت یکنواختی خارج بشه».



خالکوبی به مثابه تجربه ای برای شکستن یکنواختی و بازآفرینی هیجان در زندگی روزمره

۵-۲. شرایط زمینه‌ای

۵-۲-۱. دوگانه‌های جنسیتی در نخستین مواجهه با خال‌کوبی

سن اولین مواجهه با خال‌کوبی نشان‌دهنده بستر زمانی اولیه‌ای است که در آن خال‌کوبی برای نخستین بار وارد آگاهی افراد شده و پیش از هرگونه ارزیابی، نگرش یا کنش مرتبط با خال‌کوبی شکل گرفته است، به همین علت به عنوان یک شرط زمینه‌ای در نظر گرفته شد. نتایج نشان داد که سن اولین مواجهه با خال‌کوبی در میان مردان و زنان در سه دوره کودکی، نوجوانی و بزرگسالی توزیع شده است، اما الگوی این توزیع در دو گروه متفاوت است. در میان مردان، شانزده نفر نخستین مواجهه خود با خال‌کوبی را در دوران کودکی گزارش کرده‌اند، درحالی‌که شش نفر اولین مواجهه را در دوره نوجوانی و سه نفر در بزرگسالی تجربه کرده‌اند. در مقابل، در میان زنان، ده نفر گزارش داده‌اند که اولین مواجهه آن‌ها با خال‌کوبی در سنین دو تا ده سالگی رخ داده است، چهارده نفر در دوره نوجوانی (یازده تا بیست سالگی) و تنها یک نفر پس از سن بیست و یک سالگی برای نخستین بار با خال‌کوبی مواجه شده است. این نتایج نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی مواجهه اولیه در میان مردان به دوران کودکی و در میان زنان به دوران نوجوانی مربوط بوده است، درحالی‌که مواجهه اولیه در بزرگسالی در هر دو گروه محدود گزارش شده است.

مهدیه: «وقتی ده سالم بود، خاله‌ام تتو زدن رو یاد گرفت و از اونجا بود که با تتو آشنا شدم».

ایلیا: «اولین بار نه سالم بود که تتو رو روی دست برادر بزرگ‌ترم دیدم و باهاش آشنا شدم».

۵-۲-۲. انتقال بین‌نسلی و شبکه‌ای خال‌کوبی

یافته‌ها نشان داد آشنایی با خال‌کوبی در میان زنان و مردان از طریق روابط نزدیک و تعاملات روزمره با اعضای خانواده، خویشاوندان و شبکه‌های همسالان شکل گرفته است. این آشنایی اغلب به صورت مشاهده مستقیم و مکرر خال‌کوبی بر بدن دیگران بوده که به تدریج آن را به پدیده‌ای آشنا و عادی در تجربه زیسته آنان تبدیل کرده است. به علاوه، رسانه‌ها از جمله شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌های ماهواره‌ای، فیلم‌ها و موزیک ویدیوها از جمله منابع اصلی آشنایی زنان و مردان با خال‌کوبی بوده‌اند.

آشنایی اولیه با خال‌کوبی به عنوان یک «شرط زمینه‌ای» در هر دو گروه زنان و مردان عمل می‌کند، زیرا چهارچوب اجتماعی و فرهنگی اولیه‌ای را شکل می‌دهد که در آن خال‌کوبی

به مثابه کنشی قابل تصور، مشروع یا چالش برانگیز درک می شود؛ یعنی پیش از هرگونه اقدام عملی رخ داده و به عنوان تجربه ای مقدماتی و زمینه ای گزارش شده است، بدون آنکه لزوماً به تصمیم فوری برای خال کوبی کردن منجر شود.

نسیم: «من از طریق خال کوبی های بابام با تتو آشنا شدم».

دریا: «در ماهواره مستندی درباره تتو دیدم، اونجا برای اولین بار تتو رو شناختم».

الهام و ساسان: «برچسب های آدامس خرسی رو که مامانم برام می خرید و روی بدنم می زدم، فهمیدم می شه روی بدنم هرچی دوست دارم بکشم. وقتی بزرگ تر شدم فهمیدم بهش تتو می گن».

ترانه: «اولین بار پانزده سالم بود که یکی از اقوام مون تتو زدن رو یاد گرفته بود و ما هم دفتر نقاشی ش بودیم. می خواست یاد بگیره، می اومد می گفت تتو نمی خوای؟ ما هم بچه بودیم می گفتیم چقدر تتو بزیم خوبه و خفن می شیم».

پرهام: «اولین بار وقتی پسرعموم تتو زد، با تتو آشنا شدم».

صابر: «من عاشق فیلم و سریال بودم و اولین بار از طریق فیلم فهمیدم تتو چیه».

۳-۲-۵. بازتعریف منزلت اجتماعی خال کوبی

در دهه های گذشته، خال کوبی در فرهنگ ایران غالباً بر روی بدن افراد خلاف کار و طرد شده از جامعه مشاهده می شد. اما با دخالت عوامل مختلفی از جمله رسانه، این نگرش درون فرهنگ تغییر پیدا کرد. با توجه به یافته های پژوهش، خال کوبی برای زنان و مردان نسل جدید به جنبه ای از زیبایی بدن؛ بیان هویت و معنابخشی مجدد به بدن تبدیل شده است و دیگر مختص قشر خاصی از جامعه نیست. این تغییر فرهنگی، باعث شده تا جوانان نسبت به محدودیت های ایجاد شده توسط خال کوبی نیز مقاومت بیشتری نشان دهند و بیشتر خواهان انجام خال کوبی باشند. اما برخی از والدین که حاصل نسل های گذشته هستند، تغییر معنایی خال کوبی را نپذیرفته اند و نسبت به آن رفتار محتاطانه دارند. ده نفر از مشارکت کنندگان به این موضوع اشاره کردند.

رها و لیان: «تو به بدن زیبایی می ده و دیگه مثل قدیم نیست که بگی تتو برای خلاف کارها است».

حسام: «بابام می گفت تتو بزنی در محل چه فکری راجع به تو می کنن؟ حتی نمی تونی سر کار بری، ازدواج کنی و جایگاه اجتماعی نداری. تتو برای زندانی ها و خلاف کارها و معتادها هست».

سعید: «فامیل هامون می گفتن تتو زدن برای لات ها، خلاف کارها و دزدها است. نباید تتو بزنی».

بازتعریف منزلت اجتماعی خال‌کوبی به عنوان یک شرط زمینه‌ای در نظر گرفته شد، زیرا بازتاب‌دهنده بستر فرهنگی و تاریخی است که در آن معنا و پذیرش خال‌کوبی در جامعه شکل گرفته و پیش از تصمیم افراد برای انجام خال‌کوبی وجود داشته است.

۳-۵. شرایط مداخله‌گر

۳-۵-۱. الگوهای جنسیتی در سیاست‌های شغلی

یافته‌ها نشان داد که تجربه و پیامدهای مرتبط با خال‌کوبی در محیط کار، بسته به نوع شغل و میزان رسمیت آن، میان زنان و مردان متفاوت بوده است. بیست و یک نفر از بیست و هفت نفر زنان مشارکت‌کننده شاغل بودند و نوع مشاغل آن‌ها عمدتاً در حوزه‌های آزاد و هنری قرار داشت؛ به همین علت محدودیت کم‌تری در انجام خال‌کوبی احساس می‌کردند. در مقابل، در میان مردان، تفاوت معناداری میان مشاغل رسمی و غیررسمی مشاهده شد. ده نفر از مردان که در مشاغل رسمی و سازمانی مانند بخش‌های دولتی یا خدمات رسمی فعالیت داشتند، خال‌کوبی را عاملی محدودکننده در استخدام یا ارتقای شغلی گزارش کردند و به ناسازگاری خال‌کوبی‌های قابل مشاهده با انتظارات حرفه‌ای اشاره داشتند. پانزده نفر از مردان که در مشاغل غیررسمی و آزاد فعالیت می‌کردند، محدودیتی جهت انجام خال‌کوبی نداشتند. در این گروه، خال‌کوبی گاه به عنوان عاملی برای جلب توجه مشتریان، تقویت تصویر شخصی یا تمایز حرفه‌ای بیان شد.

عماد: «من ابتدا در آژانس مسافرتی راهنمای توریست بودم و غواصی هم می‌کردم. می‌دونستم به خاطر تو هیچ محدودیتی ندارم و حتی می‌تونم مشتری بیشتری جذب کنم. اما وقتی می‌خواستم به خدمت سربازی برم یا استخدام دولت بشم، نتوانستم برام مشکل ساز می‌شد». علی: «به خاطر تو، نمی‌تونم شغل دولتی انتخاب کنی، مگر این‌که تو جایی باشی که دیده نشه. من می‌خواستم روی دستم تو داشته باشم و توهم پنهان نبود. نتونستم استخدام بشم؛ اومدم سراغ شغل آزاد تا محدودیتی نداشته باشم».

۳-۵-۲. انتخاب‌های جنسیتی در رؤیت‌پذیری خال‌کوبی

اندازه خال‌کوبی به عنوان یک شرط مداخله‌گر عمل کرده است؛ اگرچه به‌تنهایی موجب تمایل به انجام خال‌کوبی نشده، اما نحوه بروز، دیده شدن و تفسیر اجتماعی خال‌کوبی را

تحت تأثیر قرار داده است. یافته‌ها نشان داد که اندازه خالکوبی در تعامل میان انگیزه‌های فردی و واکنش‌های اجتماعی، نقش واسطه‌ای ایفا کرده و بر تجربه زیسته افراد از خالکوبی تأثیر داشته است.

در میان مردان، هجده نفر خالکوبی‌های بزرگ را انتخاب کرده بودند که اغلب با تمایل به برجسته‌سازی بدن و افزایش دیده‌شدن همراه بود. در مقابل، هفده نفر خالکوبی‌های کوچک‌تر را ترجیح داده بودند که امکان پنهان‌سازی بیشتر و کنترل واکنش‌های اجتماعی را فراهم می‌کرد. یافته‌ها نشان داد که در میان مردان، اندازه بزرگ‌تر خالکوبی با تمایل به جلب توجه و نمایش بدن همراه بوده، درحالی‌که اندازه‌های کوچک‌تر بیشتر برای مدیریت موقعیت‌های اجتماعی و حرفه‌ای انتخاب شده‌اند.

بهزاد: «طرح تتوهای بزرگ انتخاب کردم، چون دوست داشتم دیده بشم و هویتم رو بهتر بیان کنم». باربد: «تتو زدن گاهی دردآوره، من هم تتوهای بزرگی رو انتخاب کردم تا بیشتر درد بکشم و قدرت تحملم رو نشون بدم».

آرمان: «من طرح کوچک انتخاب کردم تا پنهان از دید عموم باشم و در جامعه یا محیط کار مشکل ساز نشم».

در میان زنان، الگوی متفاوتی مشاهده شد. داده‌ها نشان می‌دهند که خالکوبی‌های کوچک و متوسط در این گروه غالب بوده‌اند و خالکوبی‌های بزرگ کم‌تر گزارش شده‌اند. انتخاب اندازه‌های کوچک‌تر اغلب با ملاحظات زیبایی‌شناختی، امکان پنهان‌سازی و کنترل میزان دیده‌شدن خالکوبی (همانند مردان) همراه بوده است.

حدیث: «تتوهای مینیمال رو انتخاب کردم، چون از نظر من زیبایی بیشتری دارن».

پریسا: «تتوی کوچیک انتخاب کردم تا در معرض دید نباشم. خانواده‌ام خبر ندارن و نمی‌خوام متوجه بشن».

دلوین: «برای ران پام طرح تتوی بزرگ انتخاب کردم چون پوشیده هست، اما برای دستم طرح مینیمال مناسب بود».

۳-۵. تفاوت‌های جنسیتی در محل خالکوبی

در میان مردان، خالکوبی‌ها عمدتاً در نواحی تنه (یازده نفر)، دست‌ها (هفت نفر) و گردن (شش نفر) قرار داشتند. خالکوبی‌های تنه بیشتر برای معانی عاطفی و شخصی انتخاب

شده بودند، درحالی که دست و گردن به عنوان فضاهای قابل مشاهده تر، آگاهانه و با ارزیابی پیامدهای اجتماعی انتخاب شدند. ملاحظات زیبایی شناختی نیز در انتخاب محل خال کوبی دخیل بود.

بابک: «من گلا دیاتور با بال های بزرگ در پشت بدنم تتو کردم. طرح بزرگی بود، به همین خاطر باید در این قسمت تتو می زدم تا زیبایی ش مشخص باشه».

پدرام: «سمت چپ بدنم نت موسیقی و گیتارم رو تتو کردم چون جزئی از ریتم زندگی و قلبم هستن و عاشقشونم».

آراد: «من روی ساعد دست راستم تتو زدم. دست راستم تحرکش بیشتره و دوست دارم مدام طرحم رو ببینم، روی ساعد هم تتو زدم برای اینکه در محل کار دیده نشه و مشکلی برام به وجود نیاره».

در میان زنان، بیشترین فراوانی خال کوبی در نواحی دست ها و پاها (بیست و یک نفر) مشاهده شد، پس از آن تنه (ده نفر) و درنهایت سر و گردن (سه نفر) قرار داشتند. بر اساس داده ها در میان زنان، محل خال کوبی نقش تعیین کننده ای در امکان نمایش یا پنهان سازی آن داشته و انتخاب نواحی قابل مشاهده مانند دست ها اغلب با توجه به تناسب طرح با بدن انجام شده است، درحالی که خال کوبی های تنه بیشتر با هدف حفظ حریم خصوصی یا محدود سازی دسترسی دیگران به معنای خال کوبی انتخاب شده اند.

پریسا: «نمی خواستم کسی به جز خودم و همسرم تتو هام رو ببینه. پس روی شکم و نزدیک سینه ام تتو کردم».

ماهور: «تتو هام رو بیشتر روی دست و پا زدم، تا اولاً مدام ببینمشون. از دیدنشون لذت می برم. دوماً گاهی دیگران هم اون ها رو ببینن و درباره معانی شون سؤال بپرسن».

نگار: «من همیشه دوست داشتم، تمام دستم رو تتو کنم. اما به خاطر این که خانواده مخالف بودن، مجبور شدم قسمت هایی رو تتو کنم که پنهان از دید خانواده باشه و روی کمرم تتو زدم».

انتخاب محل خال کوبی، نتیجه تعامل میان معنا های جنسیتی بدن، امکان رؤیت پذیری اجتماعی و ملاحظات موقعیتی است. از این رو، این مقوله نقش مداخله گر داشته و در تعامل با شرایط علی، نحوه تحقق کنش و شکل نهایی خال کوبی را تعدیل می کند.

۵-۴. پیامدها

۵-۴-۱. گسترش پیوندهای اجتماعی

ده نفر از زنان و بیست نفر از مردان یکی از پیامدهای انجام خالکوبی را گسترش روابط اجتماعی بیان کردند. داشتن خالکوبی اغلب توجه دیگران را جلب می‌کند و منجر به برقراری ارتباط و گفت‌وگو می‌شود. در این روابط تجربه‌های مبنی بر نحوه و علت انتخاب طرح خالکوبی، معانی خالکوبی، تجربه خالکوبی زدن و حتی معرفی تتوآرتیست مطرح می‌شوند. این امر در مواردی گسترش کسب‌وکار و درآمد، ارتقاء جایگاه اجتماعی و پذیرش بیشتر افراد در جامعه (عدم احساس طرد علی‌رغم مخالفت نسل گذشته) را به همراه داشته است.

اشکان: «وقتی از من می‌پرسن معنی تتوها چی، سر صحبت باز می‌شه. خیلی وقت‌ها ایجاد ارتباط رو بهتر کرده. دوستان زیادی پیدا کردم. خودم تتوآرتیستم و درآمد هم بیشتر شده».



خالکوبی؛ ابزار گسترش تعاملات اجتماعی و تبدیل بدن به منبع سرمایه اجتماعی و اقتصادی

ماهور: «از وقتی تتو زدم، ارتباطم با آدم‌ها بیشتر شده. فرقی نداره تتو داشته باشن یا نه، به واسطه تتوهای من سر صحبت باز می‌شه و ارتباط شکل می‌گیره».

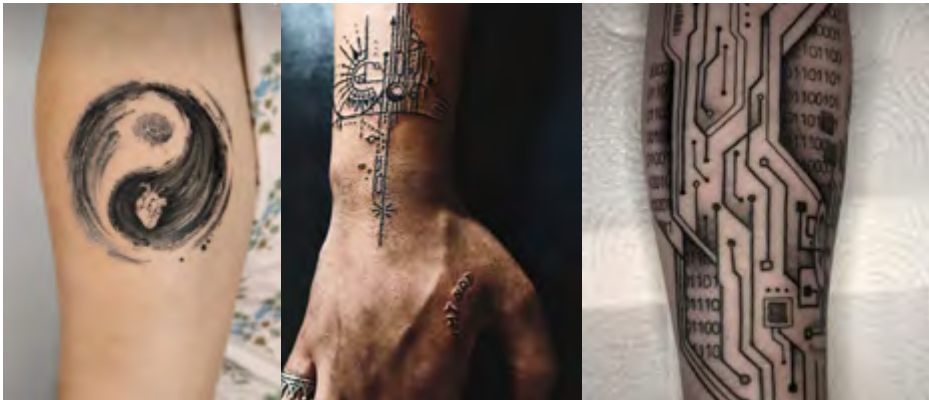
۵-۴-۲. خشنودی و لذت از بدن خالکوبی شده

بیست و یک نفر از زنان و بیست و دو نفر از مردان، پس از انجام خالکوبی احساس رضایت داشتند. از نظر مصاحبه‌شوندگان، انجام خالکوبی دلخواه که بیانگر تجربیات، نمادهای

مورد علاقه و خاطره‌ها باشد؛ در طی روز با هر بار مشاهده احساس رضایت، امید و لذت را در آنان تقویت می‌کند و باعث خرسندی شان می‌شود.

نسترن: «از توهایی که زدم خیلی خوش حالم چون هر بار که می‌بینمشون به من احساس رضایت و امید به زندگی می‌دن و به من یادآوری می‌کنن چه سختی‌هایی رو پشت سر گذاشتم».

سینا: «وقتی تنویی می‌زنی که عاشقشی و یک مفهوم خاصی رو بیان می‌کنه، هروقت ببینیش پُر از حس لذت و خوش حالی می‌شی».



بدن خال‌کوبی شده حامل معانی شخصی و تقویت‌کننده احساسات مثبت

۳-۴-۵. بازسازی تصویر بدنی و افزایش اعتماد به نفس

با توجه به تجربه هجده زن و چهارده مرد، با انجام خال‌کوبی به علت افزایش زیبایی بدن، جلب توجه دیگران، تعریف و تأیید دیگران؛ اعتماد به نفس افزایش می‌یابد. این امر در مکان‌هایی مانند باشگاه‌ها، استخرها یا مهمانی‌ها که بدن افراد نمایان‌تر است، نمود بیشتری دارد.

الهه: «گاهی در مهمانی‌ها که لباس پوشیده ندارم و تنوم دیده می‌شه، از زیبایی تن و بدنم تعریف می‌شه. این روی اعتماد به نفسم تأثیر مثبتی گذاشته و خوش حالم از اینکه تنم زدم».

علی: «من باشگاه می‌رم. از وقتی تنم زدم، چون بدنم ورزشکاری هم هست، خیلی اعتماد به نفسم بالا رفته. انگار بدنم جذابیتش چند برابر شده».

۴-۴-۵. چرخه تداوم خالکوبی

پس از انجام خالکوبی، به علت پیامدهای مثبت بیان شده همچون تأیید و تشویق دیگران به خصوص دوستان، افزایش اعتماد به نفس، دستیابی به امید، لذت و رضایت، افزایش مقاومت و صبر در زندگی، تخلیه هیجانی، روانی و اجتماعی؛ هفده زن و بیست و چهار مرد بیان کردند تمایل دارند تا بر روی بدن خود نقوش بیشتری را ثبت کنند.

نادیا: «به نظر من تتو این جوریه که تو یک بار بزنی، دلت می‌خواد بازهم تتوهای بیشتری داشته باشی. چون حس خوبی بهت می‌ده و به نوعی مسیر زندگی‌ت یا علائقت رو بیان می‌کنی، هم می‌تونی اعتراض کنی، هم به خودت حال خوب و امید بدی. چی بهتر از این؟»

باربد: «سوزن تتو اعتیاد آوره. هرچقدر بیشتر بتونی درد تتو رو تحمل کنی، بیشتر می‌تونی درد و فشارهای اجتماعی و زندگی‌ت رو تحمل کنی.»

۵-۴-۵. مواجهه با کنترل و محدودیت اجتماعی و نهادی

علی‌رغم پیامدهای مثبت خالکوبی بدن، همچنان به علت ناهنجار بودن یا پذیرفته نبودن خالکوبی در بین برخی از افراد جامعه و همچنین نهادهای دولتی، شش نفر از زنان و شانزده نفر از مردان جهت اموری همچون دریافت گواهینامه، استخدام در مراکز دولتی، انجام کارهای اداری، ورود به اماکن مذهبی و فعالیت در دانشگاه، به مشکل و محدودیت برخورد کرده‌اند. همچنین برخی از آن‌ها با تذکرات گشت ارشاد و برخی از عموم افراد جامعه در خیابان مواجه شده‌اند.

حدیث: «من به خاطر تتوهایم نتونستم برم گواهینامه بگیرم. وقتی اقدام کردم من رو فرستادن پیش دکتر روانشناس و گفتن تا دکتر تأیید نده نمی‌تونی گواهینامه بگیری. پروسه گواهینامه گرفتن کمی برای افرادی که تتو دارن سخت‌تره.»

عماد: «زمانی که می‌خواستم برای سربازی پذیرش سپاه رو بگیرم، با تتویی که داشتم قبول نکردن یا می‌خواستم یک مدت در شرکتی کار کنم، گفتن گردنت تتو داره و اینجا مناسب شما نیست.»

۶. بحث و نتیجه‌گیری

انجام خالکوبی در میان مشارکت‌کنندگان را نمی‌توان صرفاً به عنوان یک انتخاب زیباشناختی یا گرایش مدرن فهم کرد، بلکه این کنش در پیوندی تنگاتنگ با تجربه‌های

زیسته، فشارهای اجتماعی و نحوه درک افراد از بدن و هویت خود شکل می‌گیرد. در میان زنان و مردان دوران نوجوانی نقطه اوج آشنایی با خال‌کوبی محسوب می‌شود. برای مردان، آگاهی در نوجوانی اغلب با مشاهده خال‌کوبی بر بدن همسالان یا گروه‌های دوستی همراه بوده و خال‌کوبی به عنوان نشانه‌ای از مردانگی، مدرن بودن یا تعلق گروهی در فرایند اکتشاف هویت ظاهر شده است. برای زنان، نوجوانی دوره‌ای است که آشنایی با خال‌کوبی با افزایش حساسیت نسبت به بدن، تصویر بدنی و ارزیابی اجتماعی پیوند می‌خورد و خال‌کوبی به عنوان نمادی از خودمختاری، فردیت و تمایز شخصی معنا می‌یابد. مواجهه‌های بسیار زودهنگام در کودکی، به‌ویژه در میان زنان، اغلب از طریق اعضای خانواده مسن‌تر یا بازی‌های کودکانه شکل گرفته که این فرایند را می‌توان نوعی درونی‌سازی فرهنگی دانست که طی آن، خال‌کوبی از یک عمل حاشیه‌ای فاصله گرفته و به عنصری عادی و در دسترس در حافظه فردی تبدیل می‌شود. این یافته با یافته‌های افراسیابی و شریعتی‌نسب (۱۳۹۸)، سیلور و همکاران (۲۰۰۹)، ناده و ناده (۲۰۲۴) و پالسه و والنت (۲۰۲۵) مطابقت دارد.

همچنین، مواجهه دیر هنگام در بزرگسالی که بیشتر در میان مردان مشاهده شد، کارکرد متفاوتی دارد؛ در این مرحله، خال‌کوبی بیشتر به عنوان نمادی بیرونی و کنجکاوی درک می‌شود تا الگویی برای تقلید؛ زیرا هویت فردی پیش‌تر تثبیت شده است. به‌طور کلی، آشنایی اولیه با خال‌کوبی در هر دو جنس نه به عنوان علت مستقیم خال‌کوبی کردن، بلکه به مثابه بستری اجتماعی عمل می‌کند که در آن خال‌کوبی به امری قابل‌اندیشیدن، پذیرفتنی و بالقوه قابل‌تحقق در مراحل بعدی زندگی تبدیل می‌شود. این یافته‌ها بر نقش اجتماعی شدن اولیه، مسیرهای جنسیتی متفاوت و پیوند خال‌کوبی با فرایندهای هویت‌یابی در طول چرخه زندگی تأکید دارند. وِدِر (۲۰۲۳)، اسکاتیگنا و همکاران (۲۰۲۲)، افراسیابی و شریعتی‌نسب (۱۳۹۸)، مهرابی و همکاران (۱۳۹۵) و ناده و ناده (۲۰۲۴) نیز به نتیجه‌ای مشابه دست یافتند.

در این پژوهش، تمرکز انجام خال‌کوبی در دوره جوانی بوده است که نمی‌توان آن را صرفاً به سن زیستی افراد تقلیل داد، بلکه باید در بستر فرهنگی و نمادینی فهم کرد که پیش‌تر در جامعه شکل گرفته است. زمینه‌های فرهنگی بیان‌شده، زمانی به کنش عملی تبدیل می‌شوند که با وضعیت زیستی-روانی خاص دوره جوانی تلاقی پیدا می‌کنند؛ دوره‌ای که با احساس استقلال، کاهش محدودیت‌های ادراک شده، تمایل به نمایش بدن و آزمون مرزهای هنجاری همراه است. در این معنا، جوانی به مثابه میدانی اجتماعی عمل می‌کند که در آن، کنش خال‌کوبی زدن می‌تواند به عنوان ابزاری برای خودابرازی، هنجارشکنی یا حتی نوعی

مقاومت در برابر قواعد و انتظارات مسلط اجتماعی بروز یابد. این نتیجه با نتایج مک‌کارتی و همکاران (۲۰۲۴) همسو است.

محل سکونت بستر اجتماعی‌ای را بازتاب می‌دهد که افراد در آن با خال‌کوبی مواجه می‌شوند و امکان دسترسی، مشاهده و پذیرش این کنش در آن شکل می‌گیرد. یافته‌های این مطالعه نشان داد که بیشترین تمرکز افراد دارای خال‌کوبی در مناطق مرکزی و بالاشهری است. مشارکت‌کنندگان ساکن این مناطق، مشاهده خال‌کوبی را رایج‌تر توصیف کرده و به دسترسی بیشتر به استودیوهای زیرزمینی خال‌کوبی و فضای اجتماعی منعطف‌تر و همچنین انتخاب طرح‌های معنامحور اشاره کرده‌اند.

در مقابل، مشارکت‌کنندگان ساکن مناطق کم‌برخوردار یا حاشیه‌ای تجربه متفاوتی از مواجهه با خال‌کوبی گزارش کردند. در این فضاها، خال‌کوبی کم‌تر به عنوان یک انتخاب صرفاً زیبایی‌شناختی و بیشتر در پیوند با شبکه‌های اجتماعی نزدیک، روابط غیررسمی و خرده‌فرهنگ‌های محلی شکل می‌گیرد. محدودیت در دسترسی به استودیوهای حرفه‌ای و همچنین هزینه‌های رسمی خدمات، موجب می‌شود خال‌کوبی اغلب از طریق مسیرهای غیررسمی یا افراد آشنا انجام شود. در چنین بستری، خال‌کوبی می‌تواند هم‌زمان کارکردی هویتی و تعلق‌زا داشته باشد و به عنوان نشانه‌ای از تجربه زیسته، تعلق به گروه یا بازنمایی مسیرهای فردی در مواجهه با شرایط اجتماعی تفسیر شود.

به علاوه، بر اساس داده‌های این مطالعه نقش تأهل در تصمیم به خال‌کوبی در میان مشارکت‌کنندگان بیشتر شخصی و موردی بوده است. تعداد اندکی از مشارکت‌کنندگان به نقش همسر یا فرزندان در انتخاب طرح یا محل خال‌کوبی اشاره کردند؛ برای مثال، برخی خال‌کوبی‌هایی را به یاد همسر و فرزندان انجام داده یا پس از مواجهه با نگرش همسر، تصمیم خود را تعدیل کرده‌اند. بنابراین، وضعیت تأهل عمدتاً به عنوان زمینه‌ای اجتماعی-خانوادگی شخصی عمل کرده و تأثیر عمومی یا گسترده‌ای بر شیوع یا نوع خال‌کوبی نداشته است. اما به صورت کلی، شیوع خال‌کوبی در بین افراد مجرد در این پژوهش بیشتر بود که با تحقیق مک‌کارتی و همکاران (۲۰۲۴) همسو است.

تحصیلات چهارچوب شناختی، فرهنگی و هنجاری افراد را شکل می‌دهد. بنابراین زمینه‌ای را فراهم می‌کند که خال‌کوبی در آن قابل تفسیر، پذیرش یا رد می‌شود. در این پژوهش، بیش از نصف مشارکت‌کنندگان دارای تحصیلات آکادمیک بودند که در این بین تعداد زنان در تحصیلات آکادمیک بیشتر است. در نتیجه، با توجه به یافته‌ها، افرادی که

تحصیلاتی بالاتری داشتند بیشتر به انجام خال‌کوبی پرداخته‌اند. تحصیلات عالی اغلب باعث قرارگرفتن در معرض تأثیرات فرهنگی متنوع می‌شود و تفکر انتقادی را تشویق می‌کند که می‌تواند منجر به گشودگی بیشتر به مظاهر فرهنگی غیرسنتی، مانند خال‌کوبی، شود (بورکنهاگن و همکاران، ۲۰۱۹). در مقابل، افرادی که تحصیلات پایین‌تری دارند، ممکن است بیشتر به هنجارهای محافظه‌کارانه پایبند باشند و خال‌کوبی را به عنوان نمادی از شورش یا عدم انطباق ببینند. این با یافته‌های مهرجودی و همکاران (۱۴۰۲) که مشاهده کردند افرادی با سطوح پایین‌تر تحصیلات در ایران، به دلیل فشارهای فرهنگی و اجتماعی که خال‌کوبی را با انحراف یا عدم انطباق مرتبط می‌دانند، کم‌تر خال‌کوبی را می‌پذیرند، سازگار است.

رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی و الگوهای مرجع مانند بازیگران، ورزشکاران و اینفلوئنسرهای نقش مهمی در عادی‌سازی و کاشت معنای خال‌کوبی به عنوان شکلی از زیبایی بدن، بیان هویت و تمایز فردی ایفا کرده‌اند (ریز، ۲۰۲۱). در رسانه‌ها بدن نقش محوری در روایت‌ها دارد و اغلب به عنوان ابزار قدرت، تمایز و کنشگری به تصویر کشیده می‌شود. بازیگران به خصوص در فیلم‌های اکشن، علمی-تخیلی و انیمیشن‌های قهرمانانه، معمولاً بدن‌هایی برجسته، مقاوم و نمادین دارند که از طریق آن‌ها توانایی، شجاعت یا استقلال خود را به نمایش می‌گذارند. در میان خوانندگان نیز، آن‌ها اغلب با پوشش و بدن خود سعی دارند تا محتوای موسیقی‌های خود را بهتر به مخاطبینشان منتقل کنند و بدن را مکملی برای متن و موسیقی خود می‌دانند (خسروی، ۲۰۱۷؛ رائو و یاداو، ۲۰۲۴؛ ریز، ۲۰۲۱).

در چنین روایت‌هایی، بدن صرفاً یک امر زیستی نیست، بلکه به حامل معنای فرهنگی و نشانه‌ای از هویت فردی و اجتماعی تبدیل می‌شود. خال‌کوبی در این چهارچوب روایی، به عنوان نشانه‌ای از قدرت، تفاوت، مقاومت یا فردیت بازنمایی می‌شود (اسکاتیگنا و همکاران، ۲۰۲۲؛ رائو و یاداو، ۲۰۲۴؛ ریز، ۲۰۲۱ و ناده و ناده، ۲۰۲۴). در پرتو نظریه کنش متقابل نمادین و دیدگاه کولی، مواجهه مکرر با بدن‌های خال‌کوبی‌شده در رسانه‌ها (در فضای مجازی، فیلم‌ها و کارتون‌ها) و در میان چهره‌های مرجع، باعث شکل‌گیری معناهای جدید پیرامون خال‌کوبی شده و افراد در فرایند تعامل نمادین با این تصاویر، خال‌کوبی را به عنوان بخشی از هویت مطلوب خود بازتعریف کرده‌اند. همچنین بر اساس نظریه خود آینه‌سان، ارزیابی مثبت و جذابیت ادراک‌شده این افراد مرجع در شکل‌گیری نگرش مثبت نسبت به خال‌کوبی نقش داشته است.

برخی از زنان و مردان خالکوبی را عاملی جهت زیبایی بدن تعریف کردند و از آن برای رفع نواقص خود یا تغییر در بدن جهت زیبایی آن، استفاده کرده‌اند که در نتیجه افزایش اعتماد به نفس و احساس رضایت را نیز در پی داشته است. این نتیجه با یافته امید (۱۴۰۰)، صرامی (۱۳۹۵) و افراسیابی و شریعتی نسب (۱۳۹۸) سازگاری دارد. این یافته با نظریه خود آینه‌سان کولی نیز قابل تفسیر است. از آنجاکه افراد بخشی از ادراک خود را از طریق واکنش و ارزیابی دیگران شکل می‌دهند، خالکوبی می‌تواند به افزایش احساس جذابیت، پذیرش اجتماعی و اعتماد به نفس منجر شود. در واقع رضایت از بدن و احساس ارزشمندی فردی، تنها حاصل تغییر ظاهری بدن نیست، بلکه از خلال بازخوردهای اجتماعی مثبت نیز تقویت می‌شود.

یافته‌های پژوهش نشان داد که در کنار نقش رسانه‌ها و الگوهای فرهنگی گسترده، گروه‌های مرجع نزدیک شامل دوستان، اعضای خانواده و همسالان، یکی از تعیین‌کننده‌ترین بسترهای شکل‌گیری انگیزه برای انجام خالکوبی بوده‌اند (افراسیابی و شریعتی نسب، ۱۳۹۸؛ اوستوجیک و تیلور؛ ۲۰۲۳). در این چارچوب، مشاهده مستقیم بدن‌های خالکوبی‌شده در روابط صمیمی، نه تنها به عادی‌سازی این کنش کمک کرده، بلکه از طریق ایجاد همزادپنداری و کاهش فاصله ادراکی، امکان پذیرش آن را در سطح فردی تقویت نموده است. در برخی موارد، این تأثیر صرفاً در سطح مشاهده باقی نمانده و از خلال تعاملات روزمره، انتقال تجربه، یا حتی همراهی عملی در فرایند انجام خالکوبی، به یک کنش مشترک و رابطه محور تبدیل شده است. از این منظر، خالکوبی نه صرفاً یک تصمیم فردی، بلکه محصول فرایندهای یادگیری اجتماعی در بستر شبکه‌های نزدیک است که در آن، بدن دیگری به مثابه «منبع مشروعیت بخش تجربه» عمل می‌کند. همچنین، حضور در فضاهای بدن محور مانند باشگاه‌های ورزشی، با افزایش مواجهه با بدن‌های خالکوبی‌شده، نقش مهمی در تقویت میل به تقلید، بازنمایی و آزمون این کنش داشته است. بنابراین، گروه‌های مرجع نزدیک را می‌توان یکی از حلقه‌های واسط میان مشاهده فرهنگی و کنش بدنی دانست که در آن، خالکوبی از سطح یک تصویر مشاهده‌شده به سطح یک تجربه زیسته و قابل بازتولید ارتقا می‌یابد.

با توجه به محدودیت دسترسی بخش قابل توجهی از افراد به خواسته‌ها و فرصت‌های اقتصادی، آموزشی، تفریحی و فرهنگی، ساختارهای اجتماعی به گونه‌ای دگرگون شده‌اند که «تلاش برای تداوم زندگی روزمره» به محور اصلی تجربه زیسته افراد تبدیل شده است. در چنین زمینه‌ای، خالکوبی به عنوان ابزاری در دسترس و نسبتاً کم هزینه، در میان مردان جهت

بازنمایی رنج، تغییر یا مقاومت انجام می‌شود. و در میان زنان علاوه بر این ابعاد، خال‌کوبی به مثابه امکانی برای بازپس‌گیری بدن، بیان خواسته‌ها و مقابله نمادین با محدودیت‌های جنسیتی به کار گرفته می‌شود (امیدی، ۱۴۰۰). افراد از طریق این کنش بدنی نه تنها به تجربه‌ای از تنوع، نوآوری و بازآفرینی در زندگی روزمره دست می‌یابند، بلکه نوعی احساس کنترل، خلاقیت و خودبیانگری را نیز تجربه می‌کنند که در بستر محدودیت‌های اقتصادی و فشارهای فرهنگی کم‌تر قابل تحقق است. بر این اساس، خال‌کوبی از یک انتخاب صرفاً زیبایی‌شناختی، به بازتابی از تعامل پیچیده فرد با شرایط اجتماعی، تاریخی و فرهنگی زیست جهان او تبدیل می‌شود. این یافته با نتایج پژوهش‌های اسکاتیگنا و همکاران (۲۰۲۲)، افراسیابی و شریعتی‌نسب (۱۳۹۸)، ریز (۲۰۲۱)، روکس و بلک (۲۰۱۹)، گوپتا و پاندی (۲۰۲۳)، مورلو و همکاران^۱ (۲۰۲۱)، مهربابی و همکاران (۱۳۹۵)، میروکا و همکاران (۲۰۲۵)، نازلی^۲ (۲۰۲۲)، وارلا-فرناندز و دیز (۲۰۲۵) و وِدر (۲۰۲۳) مطابق است.

این نتایج را می‌توان در پرتو دیدگاه میشل فوکو درباره بدن و روابط قدرت نیز تحلیل کرد. از منظر فوکو، بدن نه صرفاً موضوع انضباط اجتماعی، بلکه عرصه‌ای برای بازآرایی قدرت است. در این راستا با توجه به یافته‌ها، کنشگران در دل ساختارهای محدودکننده، از بدن به عنوان فضای مداخله استفاده می‌کنند. در این چهارچوب، خال‌کوبی را می‌توان شکلی از «فناوری خود» دانست که از طریق آن فرد، عاملیت خود را در سطحی قابل مشاهده تثبیت می‌کند.

در این بین، نحوه نمایان کردن نقوش خال‌کوبی حائز اهمیت است. علی‌رغم ورود خال‌کوبی به فرهنگ ایرانی، همچنان داشتن خال‌کوبی افراد را با محدودیت‌ها و مسائل مختلفی مواجه می‌سازد (آرنای و همکاران، ۲۰۲۵). در بسیاری از ادارات و نهادهای دولتی، از استخدام افراد دارای خال‌کوبی آشکار و واضح ممانعت می‌شود (لیگال‌کلریتی تیم، ۲۰۲۶) که این امر زنان و مردان کارمند را ملزم به پنهان‌سازی خال‌کوبی کرده است (دین، ۲۰۱۱). این نتیجه با یافته کبیری و همکاران (۱۴۰۴) و توکر و همکاران (۲۰۲۵) هم‌خوانی دارد.

از طرفی به علت تعلق خال‌کوبی به خلاف‌کاران در گذشته، برخی از خانواده‌ها خال‌کوبی را علی‌رغم تغییر نگرش نسل جدید، نمی‌پذیرند و آن را برای فرزندان خود مناسب نمی‌دانند

1. Morello et al.

2. Nazlı

3. Arnocky et al.

(جورابچی و همکاران، ۲۰۲۶^۱). به این خاطر زنان که بیشتر تحت تأثیر فشارهای فرهنگی قرار دارند، طرح‌های کوچک‌تر و مینیمال را ترجیح می‌دهند اما مردان به علت روحیه سرکشی و عدم فرمانبرداری از خانواده، همچنین نشان دادن مقاومت و قدرت؛ خال‌کوبی‌های بزرگ را بیشتر انتخاب می‌کنند. البته برای زنان ظرافت و زیبایی بیشتر از مردان حائز اهمیت است که یکی دیگر از عوامل دخیل در انتخاب اندازه و محل خال‌کوبی است. مولوی و واگستاف (۲۰۲۱) و بروسارد و هارتون (۲۰۱۸) به نتیجه مشابهی دست یافته‌اند.

این الگو را می‌توان با نظریه نمایش خود گافمن تبیین کرد. مشارکت‌کنندگان با انتخاب آگاهانه محل و اندازه خال‌کوبی، در عمل به مدیریت برداشت دیگران از خود پرداخته‌اند. پنهان‌سازی خال‌کوبی در محیط‌های شغلی یا خانوادگی و در مقابل، نمایش آن در فضاهای دوستانه و غیررسمی، نشان می‌دهد که خال‌کوبی بخشی از راهبردهای ارائه خود در موقعیت‌های اجتماعی مختلف بوده است.

طبق مشاهدات و با توجه به عوامل شناسایی شده، سبک زندگی افراد با تغییر چشم‌گیری همراه شده است. استعمال سیگار، دخانیات و مصرف مشروبات الکلی جزوی از سبک زندگی و تفریح مشارکت‌کنندگان این پژوهش بود که از سنین نوجوانی و جوانی شروع شده است. مصرف مشروب معمولاً در مهمانی و جهت ارتقاء حس سرخوشی صورت می‌گیرد. سیگار نیز اغلب پس از نوشیدن مشروبات الکلی یا در لحظاتی که افراد احساس تنهایی، غم و طرد را تجربه می‌کنند، استفاده می‌شود. براین اساس مصرف سیگار و مشروبات الکلی با انجام خال‌کوبی رابطه دارد که با نتایج مورتنسن و همکاران^۲ (۲۰۱۹) و استفنز^۳ (۲۰۰۳) مطابقت دارد.

همچنین، در این پژوهش شش نفر از زنان و هفت نفر از مردان دارای پیرسینگ و پانزده نفر از زنان دارای کاشت ناخن بودند. خال‌کوبی اغلب بخشی از الگوی گسترده‌تری از «دست‌کاری بدن» است که شامل پیرسینگ، جراحی‌های زیبایی و سایر شیوه‌های تغییر ظاهری بدن می‌شود. افرادی که تجربه خال‌کوبی دارند، نگرش مثبت‌تری نسبت به تغییرات زیبایی شناختی بدن و مداخلات زیبایی نشان می‌دهند و بدن را پروژه‌ای قابل طراحی و بازسازی تلقی می‌کنند که به سرمایه‌ای نمادین تبدیل می‌شود و از طریق آن هویت فردی،

1. Joorabchi et al.

2. Mortensen et al.

3. Stephens

سبک زندگی و تمایز اجتماعی بازنمایی می‌گردد (جورابیچی و همکاران، ۲۰۲۶؛ مایرز و همکاران، ۲۰۲۱؛ ولدماریام و همکاران، ۲۰۲۶).

درنهایت، یافته‌های پژوهش نشان داد که خال‌کوبی را نمی‌توان صرفاً تغییری ظاهری در بدن دانست، بلکه باید آن را کنشی نمادین در بستر تعاملات اجتماعی تلقی کرد. از منظر کنش متقابل نمادین، افراد از طریق خال‌کوبی به بدن خود معنا می‌بخشند و روایت‌های شخصی، ارزش‌ها و تجربه‌های زیسته خود را بازنمایی می‌کنند. در این فرایند، بدن به بستری برای شکل‌گیری، نمایش و بازتعریف هویت تبدیل می‌شود.

مشارکت نویسندگان

همه نویسندگان به طور برابر در نوشتن مقاله نقش داشته‌اند.

منابع مالی

این مقاله به صورت مستقل نوشته شده و برای نوشتن آن، از هیچ سازمانی حمایت مالی دریافت نشده است.

تعارض منافع

بنا به اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافع وجود ندارد.

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان کلیه نکات اخلاقی به‌ویژه عدم دستکاری و تحریف داده‌ها را در این مقاله رعایت کرده‌اند.

منابع

- اشتیری مهرجردی، اباذر؛ عشایری؛ طاها؛ و جهان پرور؛ طاهره (۱۴۰۲). مطالعه دلایل جامعه‌شناختی گرایش به فرهنگ خال‌کوبی: فراترکیب پژوهش‌ها. پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، ۱۳(۲۴)، ۷۵-۵۷. DOI: <http://10.0.86.43/ijar.2023.355965.459804>
- افراسیابی، حسین و شریعتی نسب، طاهره. (۱۳۹۸). بازنمایی معنا و تجربه خال‌کوبی در میان زنان جوان. جامعه‌پژوهی فرهنگی. 10(3)، 25-48. DOI: 10.30465/scs.2019.4936
- امید، ایوب. (۱۴۰۰). بررسی و تحلیل خال‌کوبی در شهرستان ایوان. پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران. ۱۱(۲)، ۲۸۱-۲۵۳. <https://doi.org/10.22059/ijar.2022.342510.459749>
- باران، استنلی جی و دیویس، دنیس ک. (۲۰۱۷). نظریه‌های ارتباطات جمعی. (ترجمه: تکتم نماینده

1. Mayers et al.

2. Weldemariam et al.

- جورابیچی). مشهد: مرندیز.
- بیرو، آلن (۱۳۹۱). فرهنگ علوم اجتماعی. (ترجمه: باقر ساروخانی). تهران: کیهان.
- صرامی، عارفه. (۱۳۹۵). بررسی تنوع به عنوان هنر در ساختار فرهنگی و اجتماعی معاصر. دوفصلنامه علمی پژوهش هنر. (۱۱)، ۶، ۱۲۳-۱۳۵. <http://ph.aui.ac.ir/article-1-213-fa.html>
- کبییری، افشار؛ خضری، فاطمه؛ و جهانگیرزاده، جواد (۱۴۰۴). تحلیل جامعه‌شناختی پدیده خالکوبی در میان نوجوانان و جوانان مهابادی: دلالت‌های معنایی و الزامات سیاستی آن. فصلنامه مطالعات راهبردی فرهنگ. Doi: 10.22083/scsj.2025.540601.1302
- گیدنز، آنتونی و بردسال، کارن (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی (ترجمه: حسن چاوشیان). تهران: نی.
- مهرابی، قاسم؛ رزاقی، محمدابراهیم؛ و یزدانی، فائزه (۱۳۹۵). شناسایی انگیزه و دلایل خالکوبی ورزشکاران. مدیریت ارتباطات در رسانه‌های ورزشی، (۴)، ۳، ۴۴-۳۵. <https://dor.isc.ac/dor/20.10>
- 01.1.23455578.1395.3.4.3.3
- یزدخواستی، بهجت؛ ربانی، علی؛ و اخلاصی، ابراهیم (۱۳۸۷). مفهوم بدن در اندیشه فلسفی مرلو پونتی و چالش‌های نظری در قرائت جامعه‌شناسی آن. معرفت. ۱۷ (۱۲۶). <https://sid.ir/pa-per/491301/fa>.
- Arnocky, S., Davis, A. C., & Chaput, G. (2025). Experimental Evidence of the Prejudice and Discrimination That Exists Towards Tattooed People in Some Hiring Processes. *Interpersona: An International Journal on Personal Relationships*, 19(1), 19-34. <https://doi.org/https://doi.org/10.5964/ijpr.13091>
- Borkenhagen, A., Miraštschijski, U., Petrowski, K., & Brähler, E. (2019). [Tattoos in Germany: prevalence, demographics, and health orientation]. *Bundesgesundheitsblatt Gesundheitsforschung Gesundheitsschutz*, 62(9), 1077-1082. <https://doi.org/10.1007/s00103-019-02999-7> (Tattoos in der deutschen Bevölkerung – Prävalenzen, Soziodemografie und Gesundheitsorientierung.)
- Broussard, K. A., & Harton, H. C. (2018). Tattoo or taboo? Tattoo stigma and negative attitudes toward tattooed individuals. *The Journal of Social Psychology*, 158(5), 521-540. <https://doi.org/10.1080/00224545.2017.1373622>
- Dean, D. H. (2011). Young adult perception of visible tattoos on a white-collar service provider. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 12(3), 254-264. <https://doi.org/10.1108/17473611111163304>
- Gotz, Koessler, C., & Allouch, R. (2012). Pacific Promotion Tahiti S.A. French Polynesia. <https://georgehbalazs.com/wp-content/uploads/2019/11/2012-POLYNESIAN-TATTOOING-EXCERPTS.pdf>
- Gupta, A. D., & Pandey, N. (2023). Motivation and Psychological Well-Being of Young Adults with Body Tattoos. *International Journal of Indian Psychology*, 11(4). <https://doi.org/10.25215/1104.132>
- Joorabchi, T. N., Najjaran, R., & Kafshdar Tousi, E. (2026). Influence of media

- and celebrity identification on tattoo choices, motifs, and body image perceptions among young Iranian women. *Visual Studies*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/1472586X.2025.2605466>
- Khosravi, S. (2017). Precarious lives: Waiting and hope in Iran. In *Precarious Lives*. University of Pennsylvania Press. <https://doi.org/10.9783/9780812293692>
 - Kondakala, S., Yoon, S., Daddy-Gaoh, S., Foley, S., Kweon, O., & Kim, S.-J. (2024). Microbiology of tattoo-associated infections since 1820. *The Lancet Microbe*, 6(4), 1-7. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.lanmic.2024.101005>
 - Laumann, A. E., & Kluger, N. (2018). History and epidemiology of tattoos and piercings: legislation in the United States and in Europe. *Dermatologic Complications with Body Art: Tattoos, Piercings and Permanent Make-Up*, 1-19. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-77098-7_1
 - Legal Clarity Team. (2026). Places Where Tattoos Are Illegal Around the World. Retrieved 6/16/2026 from <https://legalclarity.org/places-where-tattoos-are-illegal-or-restricted>
 - Lombroso, C. (2016). The savage origin of tattooing. Editions Le Mono.
 - Mayers, L. B., Judelson, D. A., Moriarty, B. W., & Rundell, K. W. (2002). Prevalence of body art (body piercing and tattooing) in university undergraduates and incidence of medical complications. *Mayo Clinic Proceedings*, 77(1), 29-34. <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s40359-022-00811-x>
 - McCarty, R. D., Trabert, B., Millar, M. M., Kriebel, D., Grieshober, L., Barnard, M. E., Collin, L. J., Lawson-Michod, K. A., Gibson, B., Gilreath, J. A., Shami, P. J., & Doherty, J. A. (2024). Associations of demographic, health, and risk-taking behaviors with tattooing in a population-based cross-sectional study of ~18,000 US adults. *Res Sq*. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-4838597/v1>
 - Mirucka, B., Jabłońska, K., & Bąk, W. (2025). The psychological functions of tattooing in relation to mental body representations and self-esteem in women in emerging adulthood. *Psychiatr. Pol*, 59(1), 105-122. <https://doi.org/https://doi.org/10.12740/PP/188016>
 - Molloy, K., & Wagstaff, D. (2021). Effects of gender, self-rated attractiveness, and mate value on perceptions tattoos. *Personality and Individual Differences*, 168, 110382. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110382>
 - Morello SJ, G., Sanchez, M., Moreno, D., Engelmann, J., & Evangel, A. (2021). Women, tattoos, and religion an exploration into women's inner life. *Religions*, 12(7), 517. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/rel12070517>
 - Mortensen, K., French, M. T., & Timming, A. R. (2019). Are tattoos associated with negative health-related outcomes and risky behaviors? *International journal of dermatology*, 58(7), 816-824. <https://doi.org/doi:10.1111/ijd.14372>

- Naude, F., & Naude, L. (2024). (Tat) who Am I? Tattoos as an expression of narrative identity. *Identity*, 24(2), 79-94. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/15283488.2024.2310845>
- Nazlı, M. Y. (2022). Association of tattooing with personality development and organization from a psychodynamic perspective [İSTANBUL BİLGİ UNIVERSITY]. <https://openaccess.bilgi.edu.tr/server/api/core/bitstreams/ada0ac76-335a-4ed5-8ee5-c7914dc602e5/content>
- Ostojeć, S., & Taylor, J. (2023). S/kinship: The relational ontology of tattoos in contemporary Australian discourse and practice. *The Australian Journal of Anthropology*, 34(2), 94-109. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/taja.12478>
- Palese, F., & Valent, F. (2025). Worldwide prevalence of tattoos with a focus on younger age groups: a literature review. *Annali dell'Istituto Superiore di Sanità*, 61(4), 301-314. https://doi.org/https://doi.org/10.4415/ANN_25_04_09
- Poll, H. (2016). Tattoo takeover: Three in ten Americans have tattoos, and most don't stop at just one. The Stagwell Group.
- Rao, A., & Yadav, P. (2024). Tattoo regret. *Cosmoderma*, 4(112). https://doi.org/10.25259/CSDM_70_2024
- Rees, M. (2021). *Tattooing in contemporary society: Identity and authenticity*. Routledge.
- Roux, D., & Belk, R. (2019). The Body as (Another) Place: Producing Embodied Heterotopias Through Tattooing. *Journal of Consumer Research*, 46(3), 483-507. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucy081>
- Scatigna, M., Masotta, V., Cesarini, V., Renzetti, P., Petrucci, C., Lancia, L., & Leuter, C. (2022). Sociocultural overview and predisposing factors of body art in a health promotion perspective: survey on a sample of Italian young adults. *Annali di Igiene, Medicina Preventiva e di Comunità*, 34(5). <https://doi.org/10.7416/ai.2021.2497>
- Schaeffer, K., & Dinesh, S. (2023). 32% of Americans have a tattoo, including 22% who have more than one. Pew Research Center. Retrieved 1/2/2026 from <https://pewrsr.ch/3QFg5w1>
- Shannon-Missal, L. (2016). Tattoo takeover: Three in ten Americans have tattoos, and most don't stop at just one. *The Harris Poll*, 12, 1-15.
- Silver, E., VanEseltine, M., & Silver, S. J. (2009). Tattoo acquisition: A prospective longitudinal study of adolescents. *Deviant Behavior*, 30(6), 511-538. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01639620802467771>
- Stephens, M. B. (2003). Behavioral risks associated with tattooing. *FAMILY MEDICINE-KANSAS CITY-*, 35(1), 52-54.
- Thomas, W. I., & Znaniecki, F. (1996). *The Polish peasant in Europe and Amer-*

- ica: A classic work in immigration history. University of Illinois Press.
- Tucker, M., Dale, G., & Wilson, H. K. (2025). Tattooed employees in the modern workplace: navigating judgement and acceptance, and the impact of changing work patterns. *Personnel Review*, 55(1), 91-106. <https://doi.org/10.1108/pr-10-2024-0870>
 - Varela-Fernández, P., & Diz, C. (2025). La vida social de la piel: etnografía de la modificación corporal en estudios profesionales de tatuaje. *Revista Austral de Ciencias Sociales*(48), 223-244. <https://doi.org/https://doi.org/10.4206/rev.austral.cienc.soc.2025.n48-12>
 - Weder, F., Burdon, J., & Kearney, C. (2023). Eco-cultural identity building through tattoos: a conversational approach [Original Research]. *Frontiers in Communication*, Volume 8 - 2023. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2023.1197843>
 - Weldemariam, H., Chegeni, R., Pallesen, S., Breivik, G., Loland, S., & Sagoe, D. (2026). The social perception of performance enhancement and body modification: A systematic review and meta-analysis on anabolic steroids, tattoos, and cosmetic surgery. *Acta Psychologica*, 263, 106240. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2026.106240>

References in Persian

- Afrasiyabi, H., & Shariatinasab, T. (2019). The representation of meaning and the experience of tattooing among young women. *Cultural Sociology Studies*, 10(3), 25–48. <https://doi.org/10.30465/scs.2019.4936> [in Persian]
- Ashtari Mehrjerdi A., Ashayeri, T., & Jahanparvar, T. (2023). A sociological study of the tendency toward tattoo culture: A meta-synthesis of research. *Iranian Journal of Anthropological Research*, 13(24), 57–75. <https://doi.org/10.0.86.43/ijar.2023.355965.459804> [in Persian]
- Baran, A. J., & Davis, D. K. (2017). *Mass communication theory : foundations, ferment, and future* (T. Namayandeh Jourabchi, Trans.). Mashhad, Iran: Marandiz Publications. [in Persian]
- Birou, A. (2012). *Dictionary of social sciences* (B. Sarukhani, Trans.). Tehran, Iran: Keyhan Publications. [in Persian]
- Giddens, A., & Birdsall, K. (2007). *Sociology* (H. Chavoshian, Trans.). Tehran, Iran: Ney Publishing. [in Persian]
- Kabiri, A., Khazri, F., & Jahangirzadeh, J. (2025). A sociological analysis of the phenomenon of tattooing among adolescents and youth in Mahabad: Its semantic implications and policy requirements. *Quarterly Journal of Strategic Cultural Studies*. <https://doi.org/10.22083/scsj.2025.540601.1302> [in Persian]
- Le Breton, D. (2013). *Sociology of the body* (N. Fokouhi, Trans.). Tehran: Sales

- Publishing. (Original work published in French). [in Persian]
- Mehrabi, G., Rezaqi, M. E., & Yazdani, F. (2016). Identifying the motives and reasons for athletes' tattoos. *Communication Management in Sports Media*. 3(4), 35–44. <https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.23455578.1395.3.4.3.3> [in Persian]
 - Omidi, A. (2021). An examination and analysis of tattooing in Eyvan County. *Iranian Journal of Anthropological Research*, 11(2), 253–281. <https://doi.org/10.22059/ijar.2022.342510.459749> [in Persian]
 - Sarami A. An Investigation of “Tattoo” as an Art in the Contemporary Culture and Society. *PH* 2016; 6 (11) :123-135. <http://ph.aui.ac.ir/article-1-213-fa.html> [in Persian]
 - Yazdkhasti, B., Rabbani, A., & Akhlasi, E. (2008). The concept of the body in Merleau-Ponty's philosophical thought and the theoretical challenges in its sociological reading. *Ma' refat*, 17(126). SID. <https://sid.ir/paper/491301/fa> [in Persian]