

شناسایی انگیزه و دلایل خالکوبی ورزشکاران

قاسم مهربانی*^۱، محمد ابراهیم رزاقی^۲، فایزه یزدانی^۳

۱. دانشجوی دکترا دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکترا مدیریت ورزشی دانشگاه تهران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه حکیمان بجنورد

دریافت: (۱۳۹۵/۰۲/۲۷) پذیرش: (۱۳۹۵/۰۵/۱۷)

Identity of Motivation and Reasons Tattoo in Athletes

Ghasem Mehrabi^{*1}, Mohammad Ebrahim Razaghi², Faezeh Yazdani³

1. PhD. Student of Tehran University

2. PhD. Student in Sport Management of Tehran University

3. M.A. Student in Financial management of Hakiman University of Bojnourd

Received: (2016/05/16) Accepted: (2016/08/08)

Abstract

Objective of this study was to identify of motivation and reasons tattoo in athletes. Methods of this study was a descriptive, in terms of data collection was survey. The population consisted of talented athletes that were over 12 years of age, Therefore, 223 professional athletes that have top condition select as sample. Measuring tools was one researcher-made questionnaire (27 questions), with content validity of the tools was confirmed by experts, and tools reliability was obtained using Cronbach's alpha as $\alpha = 0.87$. Factor analysis, with a varimax rotation was used to analyze the data. According factor analysis, 27 items having appropriate factor loading were stand in 4 express individuality, aesthetics, social/group cohesion, conveying a personal message. Result showed that express individuality factors had most important (23.890% of variance) and conveying a personal message had least important (7.771% of variance) in explanation of motivation and reasons tattoo in athletes.

Keywords

Motivation, Reasons, Tattoo, Athlete.

چکیده

این پژوهش با هدف شناسایی انگیزه و دلایل خالکوبی ورزشکاران انجام گرفت. پژوهش از نوع توصیفی و از حیث جمع‌آوری اطلاعات پیمایشی بود. جامعه آماری تحقیق را ورزشکاران دارای خالکوبی بالای ۱۲ سال تشکیل می‌داد، به این ترتیب، ۲۲۳ ورزشکار که از شرایط فوق برخوردار بودند به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری داده‌ها یک پرسش‌نامه ۲۷ گویه ای محقق ساخته بود که روایی صوری و محتوایی آن توسط متخصصین مورد تأیید قرار گرفت و پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۷ بدست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از روش تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد استفاده شد. براساس تحلیل عاملی، ۲۷ سوال پرسش‌نامه در ۴ عامل ابراز هویت، زیبایی شناسی، همگنی گروهی، انتقال پیام قرار گرفتند. میزان اهمیت عامل‌ها از دیدگاه آزمودنی‌ها نشان داد، عامل ابراز هویت به عنوان با اهمیت‌ترین عامل (۲۳/۸۹۰٪ = درصد واریانس) و عامل انتقال پیام به عنوان کم اهمیت‌ترین عامل (۷/۷۷۱٪ = درصد واریانس) انگیزه و دلایل خالکوبی ورزشکاران را تبیین می‌کند.

واژه‌های کلیدی

انگیزه، دلایل، خالکوبی، ورزشکار.

مقدمه

این عقیده که ورزش موجب ساختن یک شخصیت اخلاق‌گرا می‌شود از دوران باستان وجود داشته و این تفکر دانشمندان بسیاری از جمله از جمله افلاطون را با خود همراه ساخته که در کتاب جمهوری خود بیان می‌کند: «دو هنر موسیقی و حرکات ورزشی از جانب خدا به بشر هدیه شده است. نه به دلیل حضور توأمان روح و جسم در آنها، بلکه به دلیل موزون بودن آنها». قرن‌ها بعد کامو اظهار داشت، مقوله ای که او به واقع در آن اخلاقیات را آموخت ورزش بود. در واقع این باور که ورزش یک شکل مهم از آموزش اخلاق است تنها به چند دانشمند محدود نمی‌شود، بلکه به طور گسترده‌ای در فرهنگ‌های مختلف وجود دارد (سامون^۱، ۲۰۰۱: ۲۵). اما برخی بر این باورند که ورزش افراد را در موقعیت‌هایی قرار می‌دهد که منجر به بروز رفتارهای غیراخلاقی همانند تقلب، خشونت، تبانی، استفاده از داروهای غیرمجاز، نژاد پرستی و فساد می‌شود (لمیر و همکاران^۲، ۲۰۰۲: ۴۲). در آوریل ۲۰۱۴، آدام سیلور مدیر مسابقات انجمن ملی بسکتبال (ان بی ای) در یک کنفرانس مطبوعاتی اعلام کرد دونالد استرلینگ به‌خاطر اظهارات اهانت‌آمیز و قضاوت‌های نژادپرستانه‌اش در لیگ، از هرگونه ارتباط با ان بی ای ترد می‌شود و همچنین مبلغ ۲/۵ میلیون دلار، برابر بیشترین مقداری که اساسنامه ان بی ای اجازه می‌دهد از او مصادره خواهد شد (لام^۳، ۲۰۱۴: ۱). در سال ۲۰۰۶ آزمون دوپینگ ۹ تن از ورزشکاران ملی‌پوش رشته وزنه‌برداری اعزامی به مسابقات دومیکن مثبت گزارش شد و وزنه‌برداری ایران ۴۰۰ هزار دلار جریمه شد و همچنین ۲ نفر از ملی‌پوشان رشته بوکس اعزامی به المپیک ۲۰۰۰ سیدنی نیز با این سرنوشت دچار شدند (حلب‌چی، ۱۳۸۶: ۹). مطالعات انجام شده در این حوزه نیز این بد اخلاقی‌ها را تأیید می‌کند، بنی یعقوبی (۱۳۸۳) در مطالعه خود در حوزه فوتبال به نتایج زیر دست یافت: (۱) ۶/۶۶٪ بازیکنان تیم‌ها نسبت به داوران رفتار نامناسب داشتند، (۲) ۸/۵۲٪ بازیکنان تیم‌ها نسبت به بازیکنان تیم مقابل رفتار نامناسب داشتند، (۳) مربیان تیم‌ها، استقرار در محوطه فنی را رعایت ننموده و دارای نیمکت بی‌انضباط بودند. در پژوهشی دیگری کمانی و اکبری (۱۹۳۲) دریافتند که بین نوجوانان ورزشکار ارزش‌های اخلاقی از جایگاه مهمی بر

خوردار نیست. مطالعه احمدزاده، دوستی و فرزبان (۲۰۱۲) نیز نشان داد، ورزش استان مازندران با چالش‌های فرهنگی، (۱) کم رنگ شدن معنویت، (۲) مشکلات اخلاقی و اعتیاد، (۳) استفاده از شعارهای نامناسب و رواج فحاشی در ورزش، (۴) رواج رشوه و تبانی، (۵) عدم توجه به شایسته سالاری، (۶) دوپینگ و استفاده از داروهای غیرمجاز نیروزا (۷) پوشش و آرایش نامناسب و رواج خالکوبی، مواجه است (احمدزاده، دوستی و فرزبان، ۲۰۱۲: ۲۵۱). یافته‌های فوق نشان می‌دهد در سال‌های اخیر شاهد رعایت نشدن اخلاق در لایه‌های مختلف بدنه ورزش هستیم که یکی از مظاهر آن خالکوبی^۴ است. خالکوبی یک شکل از آرایش دائمی بدن است که به واسطه سوزن، جوهر به زیر پوست در محل طراحی انتقال می‌یابد. با حرکت دادن یک سوزن، (معمولاً) هدایت الکتریکی بر روی پوست، یک نقاشی در غشای زیر پوست ایجاد می‌شود. این فرآیند، خالکوبی نامیده می‌شود. خالکوبی یک تاریخ غنی و طولانی، دارد و حداقل به ۱۲۰۰۰ سال قبل بر می‌گردد. ریشه‌های خالکوبی به طور عمده در مصر، یونان، ژاپن و جزایر پلینزی^۵ یافت می‌شود (دروسارت و برکمن جانسن^۶، ۲۰۰۹). در تاریخ اخیر، خالکوبی برای علامت‌گذاری اسرا، به منظور مشخص نمودن نوع خون برای سربازان در طول جنگ جهانی دوم و جنگ سرد (به‌منظور افزایش سرعت انتقال خون) و در شرایط تهدید هسته‌ای در ایالات متحده آمریکا مورد استفاده قرار گرفت (وولف و لومن^۷، ۲۰۰۸). خالکوبی هنوز هم اغلب با ملوانان و دیگر دریانوردان، اعضای باند، افراد «موتور» صحنه، جنایتکاران و دیگر زیرگروه‌های مشابه در جامعه در ارتباط است (بنسون^۸، ۲۰۰۰). خالکوبی می‌تواند در هر بخشی از بدن قرار گیرد، اما بازوها، شانه، پشت (پایین)، و مچ پا متداول‌ترین جاهایی هستند که بدین منظور در نظر گرفته می‌شوند. احتمالاً مهمترین ویژگی‌های یک خالکوبی تداوم آن است: آن در زیر پوست باقی می‌ماند مگر در شرایط حذف آن از بدن، که ممکن است یک فرآیند پیچیده‌ای داشته باشد (گولدستاین^۹، ۲۰۰۷). در طول دهه گذشته، خالکوبی دوباره بسیار محبوب شده است، و داشتن یک خالکوبی اکنون بیشتر به‌عنوان «جریان اصلی» و

4. Tattoo

5. Polynesia

6. Drossaert, Braakman-Jansen

7. Wolf & Laumann

8. Benson

9. Goldstein

1. Simon

2. Lemyre et al

3. Lam

حال انتقال (به زودی انتقال) به دیگر جوامع است، اگر چه تحقیقات در این خصوص به اندازه ایالات متحده وجود ندارد. واقعیت این است که خالکوبی هر روز عمومیت بیشتری پیدا می‌کند، بدین مفهوم که تعداد افرادی که تمایل به یک خالکوبی دارند بسیار بیشتر از تعداد افرادی که تمایل به کاهش و یا حذف خالکوبی دارند می‌توانند این رشد را توضیح دهد (اندرسون^۹، ۲۰۰۶). زیر گروه جمعیتی که اکثراً تحت تأثیر روندها، رسانه‌ها و عوامل دیگر قرار می‌گیرند، نوجوانان و جوانان (۱۶-۲۵ سال) می‌باشند. در ادبیات خالکوبی، دلایل شایع و عمومیت یافتن خالکوبی «مدرن» کمتر مورد بررسی قرار گرفته است. برای مطالعه بیشتر در مورد این موضوع، انگیزه‌های مهمی که در ادبیات علمی مرتبط با خالکوبی ذکر شده است به این شرح است، (۱) زیبایی شناسی^{۱۰}: میل به در معرض نمایش قرار دادن خالکوبی، گاهی اوقات با مفهوم «هنر» بر روی بدن در ارتباط است (لئونارد^{۱۱}، ۱۹۹۸). (۲) تأثیر رسانه‌ها^{۱۲}: بسیاری از فیلم، ورزش‌ها، مد و موسیقی عامل تمایل به ایجاد خالکوبی است (کاست^{۱۳}، ۲۰۰۶). همچنین، در زیر گروه‌های ناشناخته و غیرمحبوب به منظور گسترش شناخت، خالکوبی مورد استفاده قرار می‌گیرد که این حفظ تصویر محبوبیت از طریق خالکوبی توسط رسانه‌ها افزایش یافته است (دی ملو^{۱۴}، ۱۹۹۵). (۳) مدگرایی^{۱۵}: خالکوبی در حال حاضر اغلب به عنوان یک روند مد و یا شور و شوق دیده می‌شود که به وسیله رسانه‌ها افزایش می‌یابد (مارتین^{۱۶}، ۱۹۹۷، و آرمسترانگ، ۱۹۹۶). با این حال، تفاوت اصلی آن با یک روند معمول در این است که خالکوبی ناشی از مد با تغییر گرایش‌ها تمایل به حذف آن از روی بدن بیشتر می‌شود و دوام ندارد. کاست (۲۰۰۶) معتقد است توصیف خالکوبی به عنوان «یک مد زودگذر» به دلیل شخصیت دائمی انسان، ممکن است علت تأسف در زندگی بعدی فرد باشد و مضحک به نظر برسد. (۴) خود اظهاری/منحصر به فرد بودن^{۱۷}: خالکوبی می‌تواند یک حس منحصر به فرد بودن، یک راهی برای متمایز شدن دادن خود به جامعه مورد استفاده قرار گیرد (دی ملو، ۱۹۹۵). آن

«نما» در سراسر مخاطبان بصورت گسترده دیده می‌شود (لومن و دریک^۱، ۲۰۰۶). خالکوبی، به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان به امری متداول تبدیل شده طوری که حتی می‌توانیم از آن به عنوان یک فرهنگ صحبت کنیم: بچه‌ها با خالکوبی موقت که در جعبه غلات و بسته‌های آدامس قرار داده شده، شخصیت‌های کارتونی بر روی بدن خود خالکوبی می‌کنند. کودکان نسل‌های جدید در یک محیطی در حال رشد هستند که خالکوبی، بیشتر از همیشه مورد قبول است (کوزت^۲، ۲۰۰۶). بازیگران، موسیقی دانان و ورزشکاران با افتخار بدن خالکوبی خود را در رسانه نشان می‌دهند، و آن را یک صفت مطلوب برای عموم مردم مطرح می‌کنند. همچنین، خالکوبی لوازم آرایشی و بهداشتی (اغلب دائمی هستند) بیشتر و بیشتر در حال محبوب شدن است. خالکوبی مدرن موضوعی شناخته شده برای مردان و زنان، سالمندان و جوانان، کارگران یقه آبی یا سفید است و در دسترس همه گروه‌ها، سنین و طبقات و جامعه می‌باشد. در یک بررسی بسیار بزرگی که توسط دانشگاه کانکتیکات^۳ (۲۰۰۲) اجرا شد، مشخص شد که حدود ۲۰٪ از جمعیت آمریکا تا به حال حداقل یک بار خالکوبی کرده‌اند (نظرسنجی، ۲۰۰۱). دیگر نظرسنجی‌ها در آمریکا نشان داد که میزان شیوع آن در سال ۲۰۰۱ در افراد بزرگسال ۱۶٪، در سال ۱۹۹۱ در میان نوجوانان ۱۰٪ (فارو، شوارتز و وندریو^۴، ۱۹۹۱)، در سال ۱۹۹۶ در میان دانش‌آموزان دبیرستان ۱۲٪ (هافتون، دورکین، پری، پویت و اوگرس^۵، ۱۹۹۶)، و در سال ۱۹۹۷ در میان جامعه مشابه ۱۳٪ است (آرمسترانگ و مورفی^۶، ۱۹۹۷). این امر نشان از یک رشد واضحی در تعداد خالکوبی‌ها از اوایل دهه ۹۰، به ویژه در میان رده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال دارد (اتکینسون^۷، ۲۰۰۱). در حالی که در مطالعات اخیر آمار قطعی در این خصوص وجود ندارد، فوربس^۸ (۲۰۰۱) بیان می‌کند که بسیاری از مطالعات نشان می‌دهد که بین ۱۴ تا ۳۵ درصد از نوجوانان و جوانان (گروه سنی بیشتر تمایل به دریافت خالکوبی) در دنیایی غرب یک خالکوبی دارند. هنگامی که به این تخمین‌ها نگاه می‌کنیم، به احتمال بسیار زیاد این روند در

9. Anderson
10. Aesthetics
11. Leonard
12. Media influences
13. Kosut
14. DeMello
15. Fashion trend
16. Martin
17. Expressing yourself/Uniqueness

1. Derrick
2. Kosut
3. Connecticut
4. Farrow, Schwartz & Vanderleeuw
5. Houghton, Durkin, Parry, Turbett & Odgers
6. Armstrong & Murphy
7. Atkinson
8. Forbes

(۲۰۰۶) عوامل انگیزشی برای خالکوبی کردن را در ۱۰ گروه دسته‌بندی می‌کنند که عبارتند از: زیبایی‌شناسی، هنر و مد، هویت، روایت‌گر شخصیت، استقامت فیزیکی، وابستگی و تعهد به گروه، مقاومت در برابر چیزی، معنویت و سنت‌های فرهنگی، اعتیاد، انگیزه جنسی و بدون هیچ دلیل خاص است. این دسته‌بندی‌ها شبیه به دسته‌بندی قبل است، به غیر از استقامت فیزیکی (غرور و افتخار در تحمل درد در زمان دریافت خالکوبی)، اعتیاد (اعتیاد به خالکوبی و یا روند گرفتن خالکوبی) و انگیزه جنسی (بیان تمایلات جنسی یا ترجیح یک جنس از طریق خالکوبی). انگیزه اغلب مورد اشاره در ادبیات موضوع، ابرازات فردی و آرایش بدن خود (وولراب و همکاران، ۲۰۰۶)، و انگیزه‌هایی منحصر به فرد بودن و خوداظهاری است (آرمسترانگ و همکاران، ۲۰۰۸). همانطور مرور پیشینه تحقیق اشاره شد، خالکوبی هرچه بیشتر در حال پذیرفته شدن و ترویج یافتن در فرهنگ‌های مختلف است و هر روز افراد بیشتری تصمیم تجربه آن می‌گیرند ولی دلیل شیوع آن، به‌ویژه بین ورزشکاران شناسایی نشده و نیاز به مطالعات بیشتری دارد. بنابراین، هدف از این مطالعه انجام یک پژوهش اکتشافی در باب انگیزه و دلایل خالکوبی ورزشکاران است.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات توصیفی است که به صورت میدانی به اجرا در آمده است. در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته برای اندازه‌گیری متغیر تحقیق استفاده شد. به دلیل نبود پرسشنامه مرتبط با موضوع پژوهش، در مرحله اول محقق با بررسی مبانی نظری شامل استفاده از کتب دانشگاهی، مقالات متعدد علمی و مصاحبه با صاحب‌نظران فهرستی از مهمترین انگیزه و دلایل خالکوبی ورزشکاران تهیه شد. پس از استخراج سوالات، پرسشنامه در اختیار ۱۰ نفر از صاحب‌نظران مدیریت ورزشی قرار گرفت و نظرات تخصصی آنها درباره چگونگی نگارش سؤال‌ها، تعداد سؤال‌ها، محتوای پرسشنامه، ارتباط سؤال‌ها با گزینه‌ها و هماهنگی سؤال‌ها با اهداف تحقیق قرار گرفت و نظر آنها در ابزار اعمال شد. در نهایت یک پرسش‌نامه ۲۷ گویه‌ای برای اندازه‌گیری متغیرهای تحقیق طراحی شد. به منظور سنجش پایایی ابزار از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که مقدار ۰/۸۷ بدست آمد. جامعه آماری تحقیق را ورزشکاران دارای خالکوبی بالای ۱۲ تشکیل می‌داد که به دلیل ماهیت پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری

می‌تواند یک راه برای خود اظهاری و نشان دادن ایده‌ها و ایده‌آل‌های فرد باشد (مک اولیف^۱، ۱۹۹۰). دایمی بودن خالکوبی برای جوانان جذابیت ایجاد می‌کند و آنها را از مسن‌ترها متفاوت می‌سازد. تحقیقی که در سال ۲۰۰۶ توسط تیگمن و گلد^۲ انجام شد نشان داد، افرادی که خالکوبی دارند بیشتر یک «نیاز خاص به منحصر به فرد بودن» دارند. (۵) همگنی گروهی^۳: خالکوبی ممکن است وابستگی گروهی را افزایش دهد، به عنوان مثال، در یک گروه حامی یک باشگاه فوتبال، یا در زندگی یک باند یا گروه. همچنین می‌تواند در نتیجه فشار همسالان ایجاد شود (وولراب، استال و کاپلر^۴، ۲۰۰۶). (۶) رشد فردی، معنویت و دین^۵: یک دلیل خالکوبی می‌تواند نشان یک دوره رشد فردی، یک معنای بسیار عرفانی و معنوی که می‌تواند تأثیر قابل توجه‌ای به زندگی و یا هویت فرد داشته باشد (مک اولیف، ۱۹۹۰). اگر چه خالکوبی از نظر کتاب‌های مقدس و قرآن مردود است، ولی از آغاز زمان، اغلب به افتخار خدایان و ارواح استفاده می‌شود (شاینفلد^۶، ۲۰۰۷). (۷) نماد مقام و موقعیت^۷: خالکوبی می‌تواند یک نماد مقام و موقعیت، همچنین داشتن یک کار خوب و یا مقدار زیادی از پول باشد (دی ملو، ۱۹۹۵). این یک واقعیت است که ثروتمندان، افراد برجسته، مانند بازیگران، ورزشکاران و موسیقی دانان، خالکوبی خود را از طریق رسانه‌ها به جهانیان نشان می‌دهند، از این رو ممکن است مردم عادی به خالکوبی به‌عنوان نماد مقام و موقعیت نگاه کنند. (۸) ابزار آرایش^۸: خالکوبی به‌عنوان لوازم آرایشی و بهداشتی از سال ۱۹۸۴ مورد استفاده قرار گرفت که می‌تواند در تعریف و بازتعریف ابرو، لب‌ها و دیگر طرح‌ها (صورت)، به صورت آرایش دائمی مورد استفاده قرار گیرد، همچنین می‌تواند با یک رویکرد پزشکی، مانند استتار مشکلات پوستی، برای مثال، کم کاری رنگ (لکه‌های نور بر روی پوست)، زخم، و دیگر مشکلات پوستی استفاده شود. یک مثال شناخته شده از خالکوبی در جهان پزشکی بازسازی یک نوک پستان پس از جراحی پستان است (دروسارت و برکمن جانسن^۹، ۲۰۰۹). والراب، استال و کاپلر

1. McAuliffe
2. Tiggeman & Golder
3. Group cohesion
4. Wohlrab, Stahl & Kappeler
5. Personal growth, spirituality and religion
6. Scheinfeld
7. Status symbol
8. Cosmetic aid
9. Drossaert, Braakman-Jansen

اطلاعات و داده‌ها

یافته‌های توصیفی تحقیق نشان داد، از کل نمونه مورد بررسی ۴۱/۷٪ مرد و ۵۸/۳٪ زن بودند. ۶۰/۵٪ در ورزش‌های تیمی و ۳۹/۵٪ در ورزش‌های انفرادی مشارکت داشتند. براساس یافته‌ها، ۴۱/۳٪ آزمودنی‌ها در زیر ۲۵ سال، ۴۵/۷٪ در دامنه سنی ۲۵ تا ۳۵ سال و ۱۴٪ بالای ۳۵ سال سن داشتند. بررسی میزان تحصیلات آزمودنی‌ها نشان داد، ۴٪ دارای مدرک متوسطه، ۲۳/۸٪ دارای مدرک دیپلم، ۳۵/۹٪ دارای مدرک فوق‌دیپلم، ۲۰/۲٪ دارای مدرک کارشناسی و ۱۹/۷٪ کارشناسی‌ارشد و بالاتر بودند. نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد، مهمترین عوامل انگیزشی ورزشکاران به خالکوبی به ترتیب «ابزاری برای آرایش»، «نمایش منحصر به فرد بودن»، «شناختن خالکوبی به‌عنوان یک مد»، «نشانه شخصیت قادر به تحمل مشکلات» و «نمایش چشم‌انداز فرد در زندگی» است.

هدفمند ۲۲۳ ورزشکار دارای خالکوبی در رشته‌های مختلف ورزشی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و نسبت به جمع‌آوری داده از آنها بصورت در دسترس اقدام شد. برای پردازش داده‌های تحقیق، از آماره‌های توصیفی، میانگین، انحراف معیار و برای شناسایی اولویت گویه‌ها از ضریب تغییرات استفاده شد. ضریب تغییرات که حاصل تقسیم انحراف معیار بر میانگین است، بیانگر میزان توافق پاسخ‌گویان در گزینه موردنظر است که هر چه کمتر باشد، نشان دهنده توافق بیشتر نسبت به یک گزینه است. برای شناسایی عامل‌های مؤثر بر خالکوبی ورزشکاران و روایی ساختاری ابزار تحقیق از روش تحلیل عاملی اکتشافی با چرخش متعامد استفاده شد. از نرم‌افزار SPSS نسخه ۱۸ برای تحلیل عاملی اکتشافی به منظور استخراج عامل‌ها، به دست آوردن بارهای عاملی استفاده شد.

جدول ۱. اولویت‌بندی مهمترین گویه‌ها

گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اهمیت
ابزاری برای آرایش	۲/۸۷۸	۱/۴۰	۰/۴۸۶	۱
نمایش منحصر به فرد بودن	۱/۲۵۱	۰/۶۹	۰/۵۵۱	۲
شناختن خالکوبی به‌عنوان یک مد	۲/۲۳۳	۱/۳۱	۰/۵۸۶	۳
نشانه شخصیت قادر به تحمل مشکلات	۱/۳۹۰	۰/۸۳	۰/۵۹۷	۴
نمایش چشم‌انداز فرد در زندگی	۲/۰۷۱	۱/۲۴	۰/۵۹۸	۵

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، کم‌اهمیت‌ترین عوامل انگیزشی ورزشکاران به خالکوبی به‌ترتیب «نمایش اعتقادات مذهبی»، «نمایش تمایل جنسی»، «خالکوبی داشتن سایر دوستان»، «متحد شدن با سایر ورزشکارانی که خالکوبی دارند» است.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد، کم‌اهمیت‌ترین عوامل انگیزشی ورزشکاران به خالکوبی به‌ترتیب «نمایش اعتقادات مذهبی»، «نمایش تمایل جنسی»، «خالکوبی داشتن سایر دوستان»، «متحد شدن با سایر ورزشکارانی که خالکوبی دارند» است.

جدول ۲. اولویت‌بندی کم‌اهمیت‌ترین گویه‌ها

گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	اهمیت
نمایش اعتقادات مذهبی	۱/۷۴۸	۱/۳۴	۰/۷۶۶	۱
نمایش تمایل جنسی	۱/۴۱۷	۱/۰۶	۰/۷۴۸	۲
خالکوبی داشتن سایر دوستان	۱/۳۸۱	۱/۰۲	۰/۷۳۸	۳
متحد شدن با سایر ورزشکارانی که خالکوبی دارند	۱/۶۹۵	۱/۲۴	۰/۷۳۱	۴
نشانه ای از رشد فردی	۱/۷۳۵	۱/۳۶	۰/۷۲۶	۵

در نتایج جدول ۳، مقادیر KMO، برای کفایت نمونه‌گیری به‌ترتیب میزان ۰/۸۲۹ می‌باشد که نشان می‌دهد حجم نمونه برای تحلیل عاملی مناسب می‌باشد. همچنین نتایج آزمون

بارتلت، نیز به‌ترتیب میزان ۴۷۴۹/۰۲۵ محاسبه گردید که نشان می‌دهد بین گویه‌ها همبستگی لازم وجود دارد و شرایط لازم برای انجام تحلیل عاملی در این مطالعه تأمین شده است.

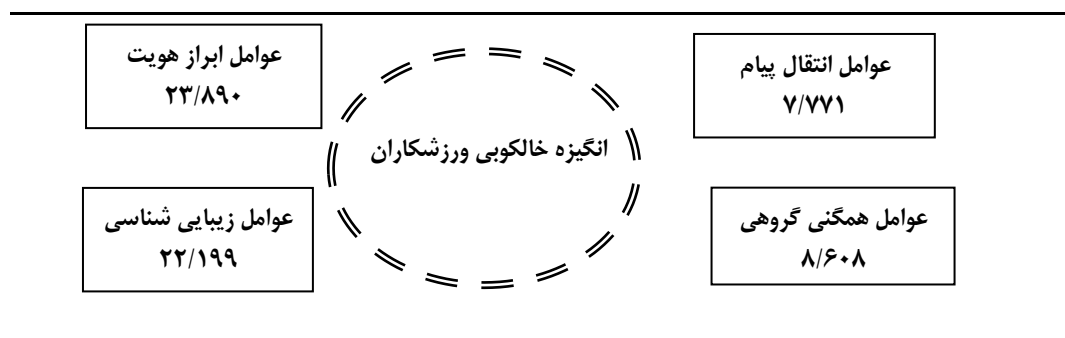
جدول ۳. نتایج آزمون کفایت نمونه‌گیری

آزمون KMO		۰/۸۲۹
آزمون کرویت بارتلت	X2	۴۷۴۹/۰۲۵
	df	۳۵۱
	Sig	۰/۰۰۱

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد، عوامل ابراز هویت با ۸ گویه بیشترین (۲۳/۸۹۰) و عامل انتقال پیام با ۶ گویه کمترین (۷/۷۷۱) سهم را در تبیین واریانس کل دارد. همچنین عوامل زیبایی‌شناسی با ۶ گویه دومین (۲۲/۱۹۹) سهم و عوامل همگنی گروهی با ۷ گویه سومین (۸/۶۰۸) سهم را تبیین واریانس کل دارد.

جدول ۴. عامل‌ها، گویه‌های شناسایی شده، بار عاملی و سهم واریانس هر عامل

عامل ها	متغیر	بار عاملی	درصد واریانس
ابراز هویت	نمایش متفاوت تر از دیگران بودن	۰/۵۸۷	۲۳/۸۹۰
	مورد پذیرش دیگران واقع نشدن	۰/۵۸۰	
	نمایش سرسخت تر از دیگران بودن	۰/۵۷۲	
	نمایش منحصر به فرد بودن	۰/۷۱۸	
	نشانه شخصیت قادر به تحمل مشکلات	۰/۷۲۱	
	بیشتر از دیگران به مردم نشان داده شدن	۰/۶۶۳	
	نمایش نماد و سمبل فردی	۰/۶۴۶	
ابراز هویت فردی	۰/۴۵۳		
زیبایی شناسی	نمایش زینت بدن	۰/۸۷۶	۲۲/۱۹۹
	نمایش زیبای هنرمندانه	۰/۸۴۶	
	خوب نمایش داده شدن	۰/۶۹۵	
	جذاب و زیبا نمایش دادن بدن	۰/۸۴۱	
	ابزاری برای آرایش	۰/۸۴۳	
	خوب به نظر رسیدن بر روی پوست	۰/۸۱۲	
همگنی گروهی	درخواستی برای پیوستن به گروه	۰/۵۲۹	۸/۶۰۸
	نشان دادن خود بعنوان فردی مناسب در گروه	۰/۶۴۰	
	خالکوبی داشتن سایر دوستان	۰/۵۴۱	
	شناختن خالکوبی به عنوان یک مد	۰/۷۲۸	
	عادی بودن خالکوبی در تیم های ورزشی	۰/۷۲۰	
	متحد شدن با سایر ورزشکارانی که خالکوبی دارند	۰/۷۰۲	
نمایش اعتقادات مذهبی	۰/۵۴۱		
انتقال پیام	نمایش حالات روحی و روانی	۰/۷۰۷	۷/۷۷۱
	نشانه ای از رشد فردی	۰/۷۹۷	
	نمایش عقاید فردی در یک لحظه	۰/۶۶۴	
	نمایش چشم انداز فرد در زندگی	۰/۷۳۴	
	نمایش مقام و موقعیت	۰/۷۵۵	
	نمایش تمایل جنسی	۰/۵۴۴	



شکل ۱. درصد واریانس هر عامل از کل واریانس

از زمینه‌های تجلی این نیازها در نوع پوشش، لباس و آرایش فرد نمود پیدا می‌کند (وولراب و همکاران، ۲۰۰۶). در این راستا، شبکه‌های ماهواره‌ای با سرمایه‌گذاری عظیم و بهره‌برداری از آخرین تکنولوژی‌ها، با قدرت زیاد سعی دارند سبک‌ها و طرح‌های متنوع و گوناگون را به جوامع امروزی القا کنند. در مقابل، شبکه‌های دولتی بسیاری از کشورها، به دلیل کمبود امکانات و تجهیزات فنی و مالی، ناآشنایی با پیچیدگی‌های نظام و مکانیسم‌های تأثیرگذار و کمبود افراد آگاه و آشنا به مسائل روز، بسیار سریع در رقابت با شبکه‌های قدرتمند ماهواره‌ای و فرامرزی تسلیم می‌شوند و جوان را در مقابل شبکه‌های رنگارنگ تنها رها می‌کنند. در این مرحله مخاطبین در می‌یابند که جامعه سنتی شان نمی‌تواند نیاز روز آنان را برآورده کند و به پذیرش فرهنگ و روش‌های وارداتی روی می‌آورند و از عمل به بسیاری از عادات سنتی سرباز می‌زنند و به تقلید فرهنگ وارداتی پرداخته، روز به روز از تمدن و فرهنگ خود دور می‌شوند (کمانی و اکبری، ۱۳۹۲). یافته‌های دیگر تحقیق نشان داد، عامل دیگر انگیزه ورزشکاران برای خالکوبی نمایش منحصر به فرد بودن از بعد ابراز هویت است که با یافته‌های دی ملو (۱۹۹۵)، مک اولیف (۱۹۹۰)، تیگمن و گلدر (۲۰۰۶) همخوانی دارد. انگیزه منحصر به فرد بودن تمایل روانشناختی برای متمایز شدن از دیگران نه شبیه بودن به آنها از طریق توجه به مصارف لوکس و کمیاب‌تر نمود پیدا می‌کند. خواسته این افراد برای تفکیک و انحصار تنها وقتی برآورده می‌شود که خالکوبی بتواند یک جورای خاص بودن آنها را به دیگران نمایش دهد. در واقع فلسفه این افراد این است که شما زاده شده‌اید تا به دلیلی خاص از سایرین متمایز شوید، تا کاری کنید که برای همیشه در اذهان باقی بماند و منشاء اثری شوید که هرگز فراموش نشود (فوربس، ۲۰۰۱). این نیاز در

نتایج تحلیل چرخش عامل‌ها به روش متعامد در شکل ۱ نشان می‌دهد، چهارعامل در مجموع ۶۲/۴۶۸ درصد از کل واریانس متغیرهای آزمون را تبیین می‌کند و ۳۵/۵۳۲ درصد واریانس باقی مانده مربوط به عواملی است که از طریق تحلیل عاملی شناسایی نشده‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان داد، مهمترین عوامل انگیزه ورزشکاران برای خالکوبی استفاده از آن به‌عنوان ابزاری برای آرایش از بُعد زیبایی‌شناسی است که این نتایج با یافته‌های لئونارد (۱۹۹۸) همخوانی دارد. همچنان که در تعریف این واژه آمده، خالکوبی یک شکل از آرایش دائمی بدن است که به واسطه سوزن، جوهر به زیر پوست در محل طراحی انتقال می‌یابد (گولدستاین، ۲۰۰۷). با توجه به اینکه در این مطالعه بیشتر مشارکت‌کنندگان را زنان (۵۸/۳٪) تشکیل می‌دهند، دور از انتظار نیست که به خالکوبی به‌عنوان ابزاری برای آرایش نگاه کنند. هر چند که بررسی‌ها نشان می‌دهد، در گذشته نیز خال گذاشتن یکی از اشکال هفتگانه آرایش در میان زنان ایرانی بوده و داشتن خالی کنار لبان، یکی از معیارهای زیبایی محسوب می‌شده است و زنان معمولاً برای زیباتر شدن و تزئین بدن اقدام به خالکوبی می‌کرده‌اند. ضرب‌المثلی نیز در میان زنان رایج است که می‌گویند: «خالکوبی طلای دختر فقیر است». اما آنچه اهمیت بیشتری دارد، این است که ورزشکاران ایرانی با توجه به شرایط متغیر جهان، با چالش‌های مهمی در زمینه وسایل ارتباطی و مخاطبان جدید روبه‌رو هستند. آنها دارای علایق، خواسته‌ها و نیازهایی هستند که در پی پاسخ به آنها در کند و کاوند (بنی‌یعقوبی، ۱۳۸۳). ورزشکاران امروز خواستار آزادی، نشاط و زیبایی هستند؛ عناصری که روح و جسم آنها را به سمت خود می‌کشاند. یکی

نیز اثرات خود را بر جای گذاشته است که به نظر می‌رسد ورزشکاران کشورمان نیز از این امر تأثیر پذیرفته‌اند. در مجموع باید گفت وابستگی به گروه یکی از عوامل مهم مؤثر بر خالکوبی می‌باشد و ورزشکاران باید در فرآیند جامعه‌پذیری صلاحیت و آمادگی‌های گزینش، رد و تصاحب عناصر محیط اجتماعی را کسب کنند، اما به‌رغم وجود والدین، دوستان، معلمان و خانواده‌ها در حل بسیاری از مسائل خود تنها هستند، چون مشکلات ویژه خودشان را دارند (مارتین، ۱۹۹۷). گاهی نیز ورزشکاران تنها هستند، چون بسیاری از بزرگسالان گوش شنوا ندارند و از نظر آنها، جوانان غیرمعقول و ناپایدار در انگیزه‌ها، نگرش‌ها، علاقه‌ها و خلق‌وخو هستند، از این رو دوستان و گروه‌های دوستی بیشتر از معلمان و والدین در شکل‌گیری و توسعه نظرها، داورها، اعتقادات و شیوه رفتار جوانان تأثیرگذار است. دیگر یافته‌های تحقیق نشان داد، عامل دیگر انگیزه ورزشکاران برای خالکوبی نشان دادن شخصیت قادر به تحمل سختی از بعد ابراز هویت است که با یافته‌های وولراب و همکاران (۲۰۰۶) همخوانی دارد. عامل خالکوبی در مردان بیشتر به شخصیت آنان برمی‌گردد؛ یعنی سرسختی، محکم بودن و قادر به تحمل مشکلات، اما در زنان به‌عنوان زیبایی اندام آنان یا به‌عبارتی یک نوع زیورآلات انجام می‌پذیرد (وولراب و همکاران، ۲۰۰۶). ویژگی‌های روانشناختی سرسختی شامل حس کنجکاوی زیاد، گرایش به داشتن تجربه‌های جالب و معنی‌دار، ابراز وجود، پراثرزی بودن و تمایل به تغییر در زندگی، سازش فرد با رویدادهای تنیدگی‌زا و مبهم زندگی است. سرسختی روان شناختی سه مؤلفه اساسی شامل تسلط (قابلیت تسلط بر موقعیت‌های متنوع زندگی)، تعهد (تمایل به درگیر شدن، برخلاف دور شدن از انجام دادن کاری) و چالش (قابلیت درک اینکه تغییرات در زندگی چیزی طبیعی است) دارد (آرمسترانگ و همکاران، ۲۰۰۸). افراد با سرسختی بالا در مقایسه با افراد دارای سرسختی پایین در مقابل ناکامی قدرت تحمل بیشتری دارند و افراد با سرسختی پایین، تغییر در زندگی را در مقایسه با افراد با سرسختی بالا، منفی و غیرقابل مهار ارزیابی می‌کنند. از نظر روانشناسی، کسب احساس قهرمانی، احساس موفقیت، احساس غرور و سربلندی، احساس لیاقت و مفید بودن و توانی کنترل بدن از صفات سرسختی است که می‌تواند عوامل روانی تمایل به خالکوبی باشد (دی ملون، ۱۹۹۵). دیگر یافته‌های تحقیق نشان داد، عامل دیگر انگیزه

سه بُعد رفتاری قابل بحث است: ۱) ناهمخوانی انتخاب خلاق؛ در این مورد افراد انتخابی دارند که منحصر به فرد بودن آنها را بیان کند و مورد قبول دیگران نیز واقع شود. ۲) ناهمخوانی انتخاب غیرمعمول؛ این افراد نگران انتقاد دیگران نیستند و انتخاب‌های را دارند که از نظر دیگران عجیب باشد. ۳) جلوگیری از شباهت؛ انتخاب‌های که خیلی شایع و مشهور نیستند اما می‌تواند آنها را از بقیه متمایز کند را می‌پذیرند (تیگمن و گلدر، ۲۰۰۶). مطالعات نشان می‌دهد زنان بیشتر خالکوبی را به دلایل تمایل به زیبایی شناسی، خوب به نظر رسیدن یک خالکوبی بر روی پوست بدن، و منحصر به فرد نشان دادن آنها و حتی گاهی توجه به آن به‌عنوان شکلی از «هنر» یا «طلا و جواهر» انجام می‌دهند (وولراب و همکاران، ۲۰۰۶). از نگاه آرمسترانگ و همکاران (۲۰۰۸) انگیزه برای انجام این کار منحصر به فرد بودن (همرنگ جماعت نشدن) و نشان دادن خود یعنی خودنمایی است، که با مطالعه حاضر همسو است. دیگر یافته‌های تحقیق نشان داد، عامل دیگر انگیزه ورزشکاران برای خالکوبی شناختن خالکوبی به‌عنوان یک مُد از بُعد همگنی گروهی است که با یافته‌های مارتین (۱۹۹۷) و آرمسترانگ (۱۹۹۶) همخوانی دارد. محققین معتقدند مبادلات بین جوامع را به‌طور کلی می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: ۱) مبادلات مادی؛ تبادل اغلب بین مکان‌های دور اما توسط واسطه‌های متخصص رخ می‌دهد، ۲) مبادلات قدرت؛ این مبادلات به سمت کنترل مردم در یک سرزمین با مرزهای ملی منتهی می‌شود، ۳) مبادلات نمادین؛ توافق‌های اجتماعی را از الزامات مکانی آزاد می‌کنند و نشانه‌ها به آسانی قابل انتقال بوده و می‌توانند از موقعیت جهانی برخوردار شوند (لئونارد، ۱۹۹۸). محصولات فرهنگی به‌عنوان جریان سیال ترجیحات، سلیقه و اطلاعات هستند که به روش‌های غیرقابل کنترل در جهان حرکت می‌کنند که نمونه‌های آن را می‌توان در بررسی سلیقه‌هایی مانند مدهای لباس، نوع لباس شب و لباس بیرون، بلندی و کوتاهی دامن، مُد موی سر و خالکوبی مشاهده کرد (کوزت، ۲۰۰۶). مُدگرایی اثرات ملموسی بر فرهنگ جامعه ما گذاشته است و گستردگی دامنه آن چنان است که نمی‌توان آن را صرفاً در آرایش‌های تند و لباس‌های عجیب و غریب و غیره ملاحظه کرد بلکه در نحوه ارتباط روزمره افراد، هنر و ادبیات

1. Creative choice counter-conformity
2. Unpopular choice counter-conformity
3. Avoidance of similarity

جوامع اولیه تاکنون در زندگی انسان نقش مهمی داشته و یکی از ابعاد مهم و اساسی شخصیت و زندگی اجتماعی به‌شمار می‌روند و در واقع چارچوب‌های ویژه‌ای برای افراد جامعه تعیین می‌کنند تا بدانند در هر موقعیتی چه رفتار و پاسخی مناسب است. آنها جهت‌دهنده و تعیین‌کننده رفتار در محیط کار می‌باشند و بیانگر باورهای اصولی هستند که از نظر فردی یا اجتماعی نوعی رفتار برتر شمرده شده و پایه و اساس نگرش‌ها و انگیزش افراد می‌باشند. در مجموع یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد عوامل ابراز هویت با ۲۳/۸۹٪ واریانس بیشترین سهم را در ایجاد انگیزه خالکوبی در جامعه مورد مطالعه فراهم می‌کند که به نظر می‌رسد علت این امر را باید در تحولات چند دهه اخیر جامعه جستجو کرد، ایران به‌عنوان جامعه‌ای در حال گذار، شاهد تغییر و تحولات نامتوازن در حوزه‌های مختلف همچون اقتصاد، فرهنگ، سیاست و مذهب در قالب چالش بین سنت و مدرنیته بوده است. بر همین اساس، این تغییر و تحولات نامتوازن یا به تعبیری، چالش بین سنت و مدرنیته در نگرش، ارزش و رفتارهای افراد جامعه تأثیر گذاشته است. از این رو، آموزش ارزش‌ها همواره بخش مهمی از اهداف نظام‌های تربیتی است و آنها به منزله بخشی اساسی از کار خود می‌بایست فرهنگ و ارزش‌های اسلامی را به نسل آینده انتقال دهند و آن را در جامعه هدف درونی کنند.

ورزشکاران برای خالکوبی نمایش چشم‌انداز فرد در زندگی از بُعد انتقال پیام است که با یافته‌های وولراب و همکاران (۲۰۰۶) همخوانی دارد. چشم‌انداز هر کس ریشه در رویای درونی او دارد و به همین خاطر مسیر پر پیچ و خم تدوین چشم‌انداز با کشف رویای درونی آغاز می‌شود. بسیاری از رفتارهای انسان، به‌ویژه رفتار هنرمندان، به طور کلی تابع ویژگی‌های منحصر به فرد حوزه توانایی‌های شناختی، انگیزه و ساختار شخصیت آنها است (بنسون، ۲۰۰۰). آنها ویژگی‌های متعددی دارند: از جمله استعداد شگفت‌زدگی، توانایی تمرکز فکر، توانایی پذیرش تعارض، تنش و میل به شکوفایی پیاپی، حس کنجکاوی، هیجان، مخاطره، تفکر غیرمعمول، تصویرسازی ذهنی، کنجکاوی، علاقه به جلوه‌های هنری است که می‌تواند آنها را از افراد عادی متمایز کند و چشم‌انداز آنها از آینده را ترسیم کند (دروسارت و برکمن جانسن، ۲۰۰۹). دیگر یافته‌های تحقیق نشان داد که عامل نمایش اعتقادات مذهبی کمترین انگیزه خالکوبی را برای ورزشکاران ایجاد می‌کند که به نظر می‌رسد علت امر را باید در اسلامی بودن جامعه مورد مطالعه و مردود بودن خالکوبی در قرآن و روایات جستجو کرد که این یافته‌ها با نتایج مک اولیف (۱۹۹۰) و شاینفلد (۲۰۰۷) همخوانی ندارد و نشان از تفاوت ارزش‌های انسانی در جوامع غربی و اسلامی دارد. ارزش‌ها به‌عنوان یک پدیده اجتماعی از زمان تشکیل

منابع

- بنی یعقوبی، محمدرضا (۱۳۸۳). "بررسی عوامل مؤثر بر بازی جوانمردانه در مسابقات فوتبال لیگ برتر آزادگان ۸۳-۱۳۸۲ ایران"، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تربیت معلم (خوارزمی) تهران.
- حلب چی، فرزین (۱۳۸۶). "دوپینگ در ورزشکاران"، مجله پژوهشی حکیم، دوره ۲، شماره ۱، صص ۱-۱۲.
- کمائی، سمیه؛ اکبری، امیر (۱۳۹۲). "بررسی ارزش‌های اخلاقی در بازیکنان نوجوان فوتبال شهر تهران"، خلاصه مقالات همایش ملی اخلاق در ورزش، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، صص ۲۶۳-۲۶۵.
- Ahmadzadeh, A., Dousti, M., Farzan, F (2012). "Identifying of sport cultural challenges in Iran (Case study: Mazandaran province)". *International Journal of Sport Studies*, VOL. 2, pp 250-254.
- Armstrong, ML (1996). "You pierced what?". *Pediatric Nursing*, VOL. 22, PP 236-238.
- Armstrong, ML., Murphy, KP (1997). "Tattooing: another adolescent risk behavior warranting health education". *Applied Nursing Research*, VOL. 10, pp 181-189.
- Armstrong, ML., Roberts, AE., Koch JR Saunders, JC., Owen, DC., Anderson, RR (2008). "Motivation for contemporary tattoo removal: a shift in Identity". *Archives of Dermatology*, VOL. 144. NO. 7, pp 879-884.
- Anderson, RR (2006). "Commentary: tattoos and body piercing". *The Journal of the American Academy of Dermatology*, VOL. 55. NO. 3, pp 422-435.

- Atkinson, M., Miscreants, m., mimesis, P (2001). "*Sociogenic and psychogenic transformation in the Canadian tattoo figuration, Unpublished doctoral dissertation*", The University of Calgary, Calgary, Alberta, Canada, PP 183-191.
- Benson, S (2000). "Inscriptions of the self: reflections on tattooing and piercing in contemporary Euro-America". *Written on the body, Princeton University Press, Princeton, New Jersey*, pp 234-254.
- DeMello, M (1995). "Not just for bikers anymore: popular representations of American tattooing", *The Journal of Popular Culture* VOL. 29, pp 37-52.
- 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.
- Farrow, JA., Schwartz, RH., Vanderleeuw, J (1991). "Tattooing behavior in Adolescence", *American Journal of Diseases of Children*, VOL. 145, pp 184-187.
- Forbes, GB (2001). "College students with tattoos and piercings: motives, family experiences, personality factors and perception by others". *Psychological Reports*, VOL. 89, pp 774-796.
- [15] Goldstein, N (2007). "Tattoos Defined". *Clinics in Dermatology*, VOL. 25. NO. 4, pp 417-420.
- Houghton, SJ., Durkin, K., Parry, E., Turbett, Y., Odgers, P (1996). "Amateur tattooing practices and beliefs among high school adolescents", *Journal of Adolescent Health*, VOL. 19, pp 420-425.
- Kosut, M (2006). "An ironic fad: the commodification and consumption of tattoos", *The Journal of Popular Culture*, VOL. 36. NO. 6, pp 1035-1048.
- Lam, ETC (2014). "The Roles of Governance in Sport Organizations", *Journal of Power, Politics & Governance*, VOL. 2, NO. 2, pp 19-31.
- [19] Laumann. AE., Derick, AJ(2006). "Tattoos and body piercing in the United States: a national data set", *Journal of the American Academy of Dermatology*, VOL. 55, pp 413-421.
- Lemyre, P.N., Roberts, G.C., Ommundsen, Y. (2002). "Achievement goal orientations, perceived ability, and sportpersonship in Youth Soccer", *Journal of Applied Sport Psychology*, VOL. 14, NO. 2, pp 120-136.
- Leonard, M (1998). "Making a mark on the culture: body piercing, tattoos, and scarification: push the cutting edge". Boston Globe, p 1.
- Martin, A (1997). "On Teenagers and Tattoos", *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, VOL. 36, pp 860-861.
- McAuliffe, M (1990). "Body by Hardy". *Argus*, VOL. 19, pp 19-20.
- Scheinfeld, N (2007). "Tattoos and Religion", *Clinics in Dermatology*, VOL. 25. NO. 4, pp 362-366.
- Simon, RL (2001). "Sports, Relativism, and Moral Education", *Sport and Education*, pp 15-27.
- Tiggeman, M., Golder, F (2006). "Tattooing: an expression of uniqueness in the appearance domain". *Body Image*, VOL. 3. NO. 4, pp 309-315.
- Wohlrab, S., Stahl, J., Kappeler, PM (2006). "Modifying the body: motivations for getting tattooed and pierced", *Body Image*, VOL. 4. NO. 1, pp 87-95.
- Wolf, EK., Laumann AE (2008). "The use of blood-type tattoos during the cold war", *Journal of the American Academy of Dermatology*, VOL. 58. NO. 3, pp 472-47.