

Karl Franzens Universität Graz

Institut für Psychologie

Psychologische Methodik und Computergestützte Modellierung

Begutachter: Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Arendasy

Body Modification: Ermittlung von
Persönlichkeitseigenschaften, geschlechtsspezifischen
Unterschieden im Tattooverhalten und in der
Attraktivitätsbeurteilung

Verfasser: Christa Schöberl

Mat. Nr.: 0610295

Graz, 13. Dezember 2012

Ein herzliches Dankeschön geht an alle, die mich bei der Erstellung meiner Diplomarbeit unterstützt haben. Besonders möchte ich mich bei meinem Professor Mag. Dr. Arendasy bedanken, der mich während der Diplomarbeit betreut und umfangreich unterstützt hat. Außerdem möchte ich mich herzlich bei meinen Eltern und Geschwistern bedanken. Danke für die moralische Unterstützung während des ganzen Studiums und vor allem während der Diplomarbeit.

Bei allen Bezeichnungen, die auf Personen bezogen sind, meint die Formulierung, unabhängig von der in der Formulierung verwendeten geschlechtsspezifischen Bezeichnung, beide Geschlechter.

Zusammenfassung

Body Modification ist kein kurzzeitiges Modephänomen der Gesellschaft. Deshalb ist es umso wichtiger, den Unterschieden zwischen körpermodifizierten und nicht-modifizierten Personen auf den Grund zu gehen. Die Studie, bei der 60 tätowierte und 60 nicht-tätowierte Personen teilnahmen, bestand aus BFSI, SSS-V, NPI und TVA. Tätowierte sind extravertierter, offener, höhere Sensation Seeker und weniger narzisstisch als nicht-tätowierte Personen. Im Tattooverhalten zeigt sich, dass Männer im Vergleich zu Frauen mehr und größere Tattoos besitzen, wobei sie die Stelle des Oberarms bevorzugen. In der Attraktivitätsbeurteilung von tätowierten und nicht-tätowierten Personen zeigt sich, dass nicht-tätowierte Personen tätowierte Frauen attraktiver finden als nicht-tätowierte Frauen. Alles in allem dienen die Ergebnisse zur Erweiterung der Grundlagenforschung im Bereich Body Modification und rücken dem Verständnis dieser Verhaltensweise einen Schritt näher.

Abstract

Body Modification is no short living lifestyle trend. For this it is more important to search for the differences between modified and non-modified people. In this study 60 tattooed and 60 non-tattooed people answered the questions of BFSI, SSS-V, NPI and TVA. Tattooed people are more extraverted, more open, higher sensation seeker and less narcissistic than non-tattooed people. The tattoo behavior differs from sex. Men have more and bigger tattoos, especially on the upper arm than women. For the attractiveness rating of tattooed and non-tattooed people shows that non-tattooed people rate tattooed women more attractive than non-tattooed women. All in all this results attend for expansion of basic research for Body Modification and act as a step to appreciate such behavior.

INHALTSVERZEICHNIS

1 Body Modification.....	- 12 -
1.1 Begriffsbestimmung	- 12 -
1.2 Formen des Body Modifications	- 14 -
1.2.1 Amputation.....	- 15 -
1.2.2 Branding	- 16 -
1.2.4 Dehnung bzw. Tunnels	- 17 -
1.2.5 Implants, Implanting bzw. Implantate	- 18 -
1.2.5.1 Microdermale Implantate	- 18 -
1.2.5.2 Subdermale Implantate	- 19 -
1.2.6 Piercings.....	- 19 -
1.2.7 Skarifizierung	- 20 -
1.2.8 Spaltung von Körperteilen.....	- 20 -
1.2.8.1 Zungenspaltung.....	- 20 -
1.2.8.2 Eichel- bzw. Penisspaltung.....	- 21 -
1.2.9 Surface bzw. Oberflächenpiercing	- 21 -
1.2.10 Tattoos.....	- 22 -
2 Theoretischer Hintergrund	- 23 -
2.1 Geschichtlich wissenschaftlicher Hintergrund.....	- 24 -
2.2 Persönlichkeitseigenschaften	- 26 -
2.2.1 Big 5 und Body Modification	- 27 -
2.3 Sensation Seeking.....	- 28 -
2.3.1 Sensation Seeking und Body Modification.....	- 29 -
2.4 Narzissmus.....	- 31 -

2.4.1 Narzissmus und Body Modification	- 34 -
2.5 Motivationale Aspekte des Tätowierens	- 35 -
2.5.1 Motivationsformen des Tattoos	- 36 -
2.6 Motivwahl, Lage und Größe der Tattoos	- 36 -
2.6.1 Motivwahl der Tattoos	- 37 -
2.6.2 Lage der Tattoos	- 38 -
2.6.3 Größe der Tattoos	- 39 -
2.7 Attraktivität von Tattoos	- 40 -
2.7.1 Attraktivität und Body Modification	- 41 -
2.8 Präzisierung der Fragestellung	- 43 -
2.8.1 Fragestellungen zum Bereich der Persönlichkeitspsychologie	- 43 -
2.8.2 Fragestellungen zum tattoospezifischen Bereich	- 45 -
3 Methodik	- 45 -
3.1 Beschreibung der Untersuchungsinstrumente	- 46 -
3.1.1 Big Five Struktur Inventar (BFSI, Arendasy, 2011)	- 46 -
3.1.1.1 Psychometrische Eigenschaften des BFSI	- 48 -
3.1.2 Sensation Seeking Scale, Form V, deutschsprachige Fassung (SSS-V, deutsche Fassung, Beauducel, Brocke & Strobel, 1999)....	- 48 -
3.1.2.1 SSS-V deutsche Fassung (Beauducel, Brocke & Strobel, 1999)	- 49 -
3.1.3 Narcissistic Personality Inventory, deutsche Fassung (Deutsche Form des NPI, Schütz, Marcus & Sellin, 2004)	- 50 -
3.1.3.1 NPI, deutsche Fassung (Schütz, Marcus & Sellin, 2004)	- 51 -
3.1.4 Fragebogen zu Tattooverhalten und Attraktivität (TVA, Schöberl, 2012)	- 52 -

3.2 Beschreibung der Stichprobe	- 54 -
3.2.1 Größe der Stichprobe	- 55 -
3.2.2 Rekrutierung der Stichprobe	- 55 -
3.2.3 Ausschluss aus der Stichprobe.....	- 56 -
3.3 Beschreibung der Untersuchungsdurchführung	- 56 -
4 Ergebnisse	- 57 -
4.1 Stichprobendeskription	- 58 -
4.2 Ergebnisse und Befunde zu den Fragestellungen aus dem Bereich der Persönlichkeitspsychologie	- 59 -
4.2.1 Ergebnisse und Befunde zu den Fragestellungen der Big Five	- 59 -
4.2.1.1 Big Five - Emotionale Stabilität, Extraversion, Offenheit, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit.....	- 60 -
4.2.1.2 Emotionale Stabilität – Unbekümmertheit, Gelassenheit, positive Grundstimmung, soziale Selbstsicherheit, Selbstbeherrschung und emotionale Robustheit.....	- 61 -
4.2.1.3 Extraversion – Freundlichkeit, Geselligkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Tatendrang, Abenteuerlust und Fröhlichkeit.....	- 62 -
4.2.1.4 Offenheit – Offenheit für Phantasie, Offenheit für Ästhetik, Offenheit für Gefühle, Offenheit für Handlungen, Offenheit für Ideen und Offenheit des Werte- und Normsystems	- 64 -
4.2.1.5 Gewissenhaftigkeit – Kompetenz, Ordnungsliebe, Pflichtbewusstsein, Ehrgeiz, Disziplin und Bedachtsamkeit ..	- 66 -

4.2.1.6	Verträglichkeit – Vertrauensbereitschaft, Aufrichtigkeit, Hilfsbereitschaft, Entgegenkommen, Bescheidenheit und Gutmütigkeit	- 67 -
4.2.2	Ergebnisse und Befunde zu den Sensation Seeking Fragestellungen	- 67 -
4.2.2.1	Gesamtskala des Sensation Seeking Persönlichkeitsmerkmals.....	- 67 -
4.2.2.2	Subskalen des Sensation Seeking Persönlichkeitsmerkmals	- 68 -
4.2.3	Ergebnisse und Befunde zur Narzissmus Fragestellung	- 70 -
4.3	Ergebnisse und Befunde zu den Fragestellungen aus dem tattoospezifischen Bereich.....	- 71 -
4.3.1	Ergebnisse und Befunde zur Testkonstruktion des motivationsspezifischen Abschnittes im TVA.....	- 71 -
4.3.2	Ergebnisse und Befunde zur motivationsspezifischen Fragestellung.....	- 75 -
4.3.3	Ergebnisse und Befunde zur tattoospezifischen Fragestellung	- 76 -
4.3.4	Ergebnisse und Befunde zur Testkonstruktion des attraktivitätsbeurteilenden Abschnittes im TVA.....	- 77 -
4.3.4.1	Attraktivitätsbeurteilungen für tätowierte Männer	- 78 -
4.3.4.2	Attraktivitätsbeurteilungen für nicht-tätowierte Männer.....	- 80 -
4.3.4.3	Attraktivitätsbeurteilungen für tätowierte Frauen	- 82 -
4.3.4.4	Attraktivitätsbeurteilungen für nicht-tätowierte Frauen	- 83 -
4.3.5	Ergebnisse und Befunde zur attraktivitätsbeurteilenden Fragestellung.....	- 85 -
5	Diskussion.....	- 86 -

5.1 Unterschiede der untersuchten Persönlichkeitseigenschaften	- 87 -
5.1.1 Unterschiede der Big 5 und deren Unterfacetten.....	- 88 -
5.1.2 Unterschiede im Sensation Seeking Merkmal und dessen Unterfacetten	- 89 -
5.1.3 Unterschiede im Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus	- 90 -
5.2 Interpretation und Reflexion des persönlichkeitspsychologischen Abschnitts der Studie.....	- 91 -
5.3 Unterschiede im tattoospezifischen Bereich	- 95 -
5.3.1 Ermittlung von motivationalen Aspekten und Geschlechtsunterschieden	- 95 -
5.3.2 Ermittlung von Geschlechtsunterschieden in Motiv, Lage und Größe der Tattoos	- 98 -
5.4 Unterschiede in der Attraktivitätsbeurteilung	- 100 -
6 Ausblick.....	- 102 -
Literaturverzeichnis.....	- 104 -
Anhang A.....	- 112 -
Anhang B.....	- 113 -

Body Modifikation: Ermittlung von Persönlichkeitseigenschaften,
geschlechtsspezifischen Unterschieden im Tattooverhalten und in der
Attraktivitätsbeurteilung

Obwohl Tattoos zu einem Zeichen der heutigen Gesellschaft geworden sind, spalten sie dennoch die Gemüter. Einige sind von der Form des Body Modifications (engl. Bezeichnung für Körpermodifizierung) fasziniert und andere schütteln den Kopf. Tattoos haben längst einen Wandel der Zeit erlebt. Es sind nicht nur mehr Gefangene, Seemänner, Biker oder Punks tätowiert, sondern auch der Nachbar, Briefträger, Busfahrer, Verkäufer, Angestellte, Lehrer, Manager, Arzt oder der Schauspieler. Sind Tattoos, wie oft berichtet, wirklich Modetrends? Wäre es dann nicht so, dass Tattoos schon längst wieder „out“ wären, da Modetrends meist nur kurzlebig sind? Würde ein Modetrend, der mit gesundheitlichen und gesellschaftlichen Gefahren einhergeht, nicht bald wieder abflachen? Steckt vielleicht doch mehr hinter der Entscheidung, seinen Körper ein Leben lang zu modifizieren? Stecken womöglich gewisse Persönlichkeitseigenschaften dahinter? Unterscheiden sich Tätowierte und Nicht-Tätowierte im Hinblick auf die Persönlichkeit? Wenn ja, in welchem Ausmaß unterscheiden sie sich und spielt die Persönlichkeit bei der Entscheidung für ein Tattoo wirklich eine entscheidende Rolle? Warum lassen sich Personen tätowieren? Welche Motivation steckt dahinter? Kann man diese verallgemeinern oder ist sie individuell? Unterscheiden sich Männer und Frauen im Tattooverhalten? Welche Rolle spielt die äußere Erscheinung und die Attraktivität? Wirken tätowierte Personen attraktiver oder weniger attraktiv?

Das Ziel dieser Diplomarbeit ist es, dass diese Fragen am Ende beantwortet werden. Neben der Einführung in den Bereich des Body Modifications werden die wissenschaftlichen Erkenntnisse über Tätowierungen bearbeitet. Im empirischen Bereich werden die verschiedensten psychologischen Aspekte betrachtet und mit Hilfe einer Studie untersucht. Zum Schluss werden die Ergebnisse der empirischen Untersuchung diskutiert, in die bisherige Literatur eingebettet und für zukünftige Studien aufbereitet.

1 BODY MODIFICATION

Neben der Bestimmung des Begriffs des Body Modifications werden in diesem Kapitel einige Formen beschrieben. Dadurch soll der Leser am Ende dieses Kapitels einen groben Überblick über den Bereich des Body Modifications besitzen.

1.1 Begriffsbestimmung

Aus den nachfolgenden Definitionen wird ersichtlich, dass der Begriff des Body Modifications in der einschlägigen Forschungsliteratur noch nicht einheitlich wissenschaftlich definiert ist. Deshalb ist er sehr weitläufig und dehnbar. Auch chronologisch gesehen, hat sich der Begriff im Laufe der Zeit verändert.

Body Modifikation bezieht sich auf Eingriffe, die darauf angelegt sind, das äußere Körperbild zu verändern. Body Modifikation beinhaltet Praktiken wie Haar-Styling, Kosmetik, Brandings, Cuttings, Piercings, Skarifizierungen und Tattoos (Myers, 1992, zit. nach Tate & Shelton, 2008).

Der Begriff Body Modifikation bezieht sich auf Praktiken, die den Körper permanent und bewusst verändern und formen. Piercings, Tattoos, Brandings, Cuttings und Implants können noch mit Praktiken (wie z. B. Bodybuilding oder Diäten) erweitert werden, bei denen der Körper nicht direkt mit Instrumenten modifiziert wird (Featherstone, 1999).

Body Modifikation ist die Bezeichnung für eine Vielzahl freiwillig durchgeführter Veränderungen am menschlichen Körper, die meist durch darauf spezialisierte kommerzielle Anbieter erfolgen. Im Gegensatz zu anderen Arten der Körpergestaltung, die Veränderungen z. B. durch oberflächliches Bemalen oder durch Training erreichen, sind BodMods (kurzschreibweise für Body Modifikation) mit verletzenden Eingriffen in die Substanz des menschlichen Körpers und mit dauerhaften oder schwer rückgängig zu machenden Veränderungen verbunden. Unterschieden wird zwischen Body Modifications und Methoden der Körpergestaltung, die aus Fingernägel schneiden und lackieren, Haar-Styling, Kosmetik, Ohringe, Bodybuilding, Sonnenbräune, Diät und Schönheitsoperationen bestehen (Kasten, 2006).

Body Modifications wie Piercings, Tattoos, Brandings und Skarifikationen unterscheiden sich von anderen Formen der Körperkunst (wie z. B. Make-up) dadurch, dass sie dauerhaft sind. Dabei geht es immer um eine schmerzhaft Verletzung des Körpers (Rohr, 2009).

Body Modifikation ist der englischsprachige Sammelbegriff für alle Aktivitäten, die mehr oder weniger permanent den Körper verändern. Meist werden Haarkunst und Make-up ausgeklammert. BodMod beinhaltet medizinische Aspekte wie Liftings, Haarentfernungen, Brustimplantate sowie nichtmedizinische Modifikationen wie Piercings, Tattoos, Ziernarben, Zierimplantate sowie rituelle Aktivitäten wie

Suspensions, Pullings und Playpiercings. Der Fokus des BodMods liegt allerdings auf den nichtmedizinischen Modifikationen (Lotze, 2006).

Aus diesen Definitionen wird klar, dass sich der Begriff des Body Modifications seit Beginn der Forschung etwas verändert hat. Bei der Definition von Myers (1992) waren die Veränderungen wie Haar-Styling und Kosmetik noch im Begriff des Body Modifications inbegriffen. Featherstone (1999) grenzte diese Bereiche schon etwas ab. Kasten (2006) unterscheidet zwischen Methoden des Body Modifications und Methoden der Körpergestaltung. Rohr (2009) nahm den Begriff der Schmerzhaftigkeit in die Definition mit auf. Die bekannteste deutschsprachige Plattform für Body Modifikation unterscheidet wie Kasten (2006) zwischen medizinischen und nicht-medizinischen Methoden.

Für das weitere Verständnis der Arbeit werden die Schwerpunkte des Begriffes, der in dieser Arbeit auf der Annahme von Kasten (2006) beruht, zusammengefasst. Es werden nur jene Methoden des Body Modifications einbezogen, die die Grundvoraussetzungen wie Freiwilligkeit, die Veränderung des menschlichen Körpers, die Dauerhaftigkeit und die Schmerzhaftigkeit beinhalten. Somit werden im nächsten Punkt 2.2 Formen des Body Modifications alle herkömmlichen Arten (z.B. Haar-Styling oder Kosmetik) sowie medizinische Körperveränderungen (z.B. Schönheitsoperationen) ausgeklammert.

1.2 Formen des Body Modifications

Wie im Kapitel 2.1 schon erwähnt, werden in diesem Punkt lediglich nicht-medizinische Formen des Body Modifications dargestellt. Aufgrund der Dehnbarkeit

des Begriffs, können nicht alle Formen des Body Modifications behandelt werden. Trotzdem wird versucht, auf die bekanntesten Formen einzugehen, damit der Leser am Ende des Kapitels ein Grundwissen über die Formen des Body Modifications besitzt. Somit ist die gleiche Wissenslage jedes Lesers gewährleistet. Aufgrund des nicht-medizinischen Aspekts, werden die nachfolgenden Formen meist ohne Anästhetika (Betäubungsmittel) durchgeführt. Deshalb ist die Schmerzhaftigkeit bei manchen Formen extrem ausgeprägt.

1.2.1 Amputation

Die womöglich extremste Form des Body Modifications ist die Amputation bzw. Selbstamputation. Amputationen erfolgen nicht nur aufgrund versicherungsrechtlicher Gründe, Ritualen oder um das Überleben zu sichern sondern auch aufgrund neurologischer und psychischer Störungen. Personen, die an einer hereditären sensiblen Neuropathie (Form von Polyneuropathie = Nervenerkrankung, bei der viele Nerven gleichzeitig betroffen und oftmals keine Schmerzen spürbar sind) leiden, amputieren im Extremfall ihre Gliedmaße, beißen sich die Zunge ab oder reißen sich den Augapfel aus der Augenhöhle (medizinische Bezeichnung = Eukleation). Psychologische Störungen wie Psychosen, Schizophrenie, Halluzinationen, Wahnvorstellungen oder eine Störung der Körperidentität (Body Integrity Identity Disorder, BIID) können im Extremfall Ursache für eine Amputation sein. Personen, die an einer körperdysmorphen Störung (Dysmorphophobie) leiden, sind mit bestimmten Aspekten ihres Aussehens unzufrieden und führen meist etliche Formen des Body Modifications durch. Im Gegensatz zu den vorher erwähnten psychischen Störungen, sind Personen, die an

einer Dysmorphophobia leiden, nach gelungener Amputation nicht zufrieden und glücklich (Kasten, 2006).

Zu erwähnen ist, dass bei dieser extrem seltenen Form des Body Modifications meist eine psychische Krankheit zugrunde liegt. Die Art der psychischen Krankheit ist ausschlaggebend für das Empfinden nach der Amputation. (z. B. zeigen Patienten die an BIID leiden, meist nach gelungener Amputation keinerlei psychische Auffälligkeiten).

1.2.2 Branding

Zur Entstehung einer Kunstnarbe, werden beim Branding (Brennen) zuvor ausgewählte Motive mit einem Eisen in die Haut gebrannt. Es gibt zwei verschiedene Anwendungen, um ein Branding zu erzeugen. Am häufigsten wird das Erhitzen des Eisens angewendet. Dabei wird meist das Multi-Strike Branding verwendet, bei dem kleine vorgeformte Stahlplättchen mit dem Bunsenbrenner zum Glühen gebracht werden und solange (etwa eine Sekunde) auf die Haut gedrückt, bis eine Verbrennung dritten Grades entsteht. Neben dem Erhitzen gibt es noch die weniger verbreitete Methode des Abkühlens. Dabei werden die Stahlplättchen in einem flüssigen Stickstoff auf minus achtzig Grad herunter gekühlt und anschließend ebenfalls auf die Haut gedrückt. Beim Branding sind keine hochkomplizierten oder verschnörkelten Designs möglich, da nur Striche, Punkte oder Bögen gebrannt werden können. Zudem können nur jene Körperstellen gebrannt werden, die aus Muskel- oder Bindegewebe bestehen. Zu beachten ist, dass die Kunstnarbe nach der Abheilung, je nach Körperstelle, Hauttyp, Pflege und

Erfahrung des Profis, erhaben und gerötet bleiben kann. Meist verblasst das Branding innerhalb von fünf bis sieben Jahren (Lotze, 2006).

1.2.3 Cutting

Eine weitere Form, um Kunstnarben zu erzeugen ist das Cutting (Schneiden), bei dem das Design meist mit einem Skalpell in die Haut geschnitzt wird. Bei dieser Form des Body Modifications gibt es wiederum verschiedene Techniken, die vom Fine-Line-Cutting (einfaches schneiden von Linien) bis hin zu Skin-Removal-Cutting (paralleles Schneiden von Linien, wobei die dazwischen liegenden Hautlappen abgetrennt werden, um größere Narben zu erzeugen). Im Gegensatz zum Branding können mit dieser Form sehr präzise Schmucknarben erzeugt werden. Die Anwendung, Abheilung und letztendlich bleibende Narbe erfolgt wie bei den zuvor erwähnten Brandings (Lotze, 2006).

1.2.4 Dehnung bzw. Tunnels

Bei der Dehnung wird der Stichkanal eines Piercings erweitert, um einen größeren Schmuck einsetzen zu können. Es können nur jene Piercings gedehnt werden, die durch Weichteile und keine Knorpel gehen. Die häufigste Form ist die Dehnung des Ohrläppchens. Wie bei allen anderen Formen des Body Modifications ist auch hier zu beachten, dass die Dehnung ein Leben lang bleibt. Viele Piercingstudios und Plattformen weisen dezidiert darauf hin, dass diese Form nicht aus unüberlegten Modegründen angewendet werden soll. Die Dehnung kann auf mehrere Arten erfolgen, wobei die Dehnung mit Hilfe eines ständig größeren

Dehnstabes am häufigsten angewendet wird. Ist eine Dehnung auf eine bestimmte Größe abgeschlossen, wird ein neuer größerer Taper (Dehnstab) eingesetzt. Dieser Vorgang wird so oft wiederholt, bis die gewünschte Größe erzielt wurde (Lotze, 2006).

1.2.5 Implants, Implanting bzw. Implantate

Beim Implanting werden verschiedenste Objekte in die gewünschte Körperstelle eingeführt, wobei die Haut mit einem Skalpell geöffnet und eine Hauttasche gebildet wird (Harre, 2011). Am häufigsten angewendet und unterschieden wird zwischen Microdermalen und Subdermalen Implantate.

1.2.5.1 Microdermale Implantate

Microdermale Implantate werden auch Dermal Anchors, Hautanker, Microdermals oder Skinplate genannt. Diese Form des Body Modifications ist eine relativ neue Entwicklung im Piercing-Bereich. Dabei wird wie oben beschrieben, die gewünschte Körperstelle mit einem Skalpell geöffnet, eine Hauttasche gebildet und anschließend eine Platte aus Titan unter die Haut gesetzt. Ein Stab mit Gewinde ragt aus der Hautöffnung heraus. Auf diesen Stab können anschließend verschiedenste Schmuckstücke angeschraubt und nach Bedarf gewechselt werden. (Lotze, 2006).

1.2.5.2 Subdermale Implantate

Der Grundvorgang bei Subdermals ist derselbe wie bei den Microdermals. Der Unterschied zu Microdermals besteht darin, dass sich bei dieser Methode das gesamte Objekt in der zuvor gebildeten Hauttasche befindet. Die Umrisse des eingesetzten Objekts zeichnen sich nach dem Abheilungsprozess ab. Bei dieser Methode des Implanting bestehen die eingesetzten Objekte größtenteils aus Silikon. Beliebte Körperstellen sind der Handrücken, Ober- und Unterarme, das Gesicht und die Genitalien. (Lotze, 2006).

1.2.6 Piercings

Das Tragen von Ohrringen oder das kleine Steinchen im Nasenflügel ist längst nicht mehr aus unserer Kultur wegzudenken. Beim Piercing, der ältesten Form des Körperschmucks, wird die gewünschte Körperstelle durchstochen um ein Schmuckstück einsetzen zu können. Der Vorgang des Piercens kann auf verschiedenste Arten erfolgen. Ohrlöcher können mit Nadeln gestochen oder mit einer Ohrlochpistole geschossen werden. In Europa werden meist handelsübliche medizinische Kanülen und Nadeln verwendet. Wohingegen in den USA meist Needl blades (extra hergestellte Nadeln zum Piercen) eingesetzt werden. Bei dieser Form des Body Modifications gibt es für die Auswahl der Körperstelle kaum Grenzen, da grundsätzlich jede Stelle gepierct werden kann (Lotze, 2006).

1.2.7 Skarifizierung

Skarifizierung ist lediglich der Oberbegriff für das Anbringen von Narben auf der Haut. Unter diesen Oberbegriff fallen die Methoden des zuvor beschriebenen Brandings (2. 2. 2) und Cuttings (2. 2. 3) hinein. Kasten (2006) fügt die Methode des Erzeugens von Narben mittels chemischer Substanzen zu Skarifizierungen hinzu.

1.2.8 Spaltung von Körperteilen

Im Gegensatz zu den vorher beschriebenen Formen des Body Modifications, die meist an vielen verschiedenen Körperstellen durchgeführt werden können, kann die Spaltung nur an zwei Körperstellen erfolgen. Einerseits kann die Zunge in eine Art Schlängenzunge gespalten werden und andererseits die Eichel bzw. der gesamte Penis. Diese extreme Form des Body Modifications ist eher selten, dennoch wird die Zungenspaltung, auch Tongue-Splitting genannt, immer moderner. Der größte Risikofaktor bei der Spaltung von Zunge bzw. Penis ist der, dass diese Körperteile extrem durchblutet sind und es unter unglücklichen Umständen zur Verblutung führen kann (Kasten, 2006).

1.2.8.1 Zungenspaltung

Die Zungenspaltung verläuft entlang der Mittellinie, wobei nur ein Teil und nicht die gesamte Zunge gespalten wird. Die Spaltung der Zunge wird meist mit einem Skalpell durchgeführt. Weitere, aber seltenere Methoden sind das Schneiden mit einer Schere oder die Angelschnur-Methode, mit der ein vorhandenes

Zungenpiercing mithilfe einer Schnur bis zur Spaltung gedehnt wird. Nach der Spaltung werden die Wunden zugenäht, damit ein Zusammenwachsen verhindert werden kann. (Lotze, 2006).

1.2.8.2 Eichel- bzw. Penisspaltung

Die Eichel- bzw. Penisspaltung wird vorwiegend bei verschiedensten Ureinwohnern als Mannbarkeitsritual vorgenommen, wobei sie meist mit einem scharfen Werkzeug durchgeführt wird (Kasten, 2006). Unterschieden wird zwischen einer Hypospadiasis bzw. Subinzision, bei der teilweise oder vollständig die Harnröhre an der Unterseite des Penis gespalten wird und einer Bifurkation, bei der der gesamte Penis je nach gewünschter Spalllänge von der Eichel weg getrennt wird (Lixx Consulting Ltd, 2011). Im World Wide Web gibt es unzählige Internetplattformen, in denen von Eichel- bzw. Penisspaltungen berichtet wird. In den Foren werden viele verschiedene Anwendungstipps ausgetauscht. Die meisten Personen geben an, dass sie die Eichel- bzw. Penisspaltung Schritt für Schritt vornehmen, um das Risiko einer Verblutung möglichst gering zu halten.

1.2.9 Surface bzw. Oberflächenpiercing

Surface-Piercings werden auf und durch Hautstellen des Körpers platziert, welche keine Hautfalten aufweisen. Die Einstich- und Austrittskanäle des Piercings liegen auf einer Ebene, weshalb das Piercing unter enormer Spannung steht. Für diese Form des Body Modifications werden spezielle Surface Bars verwendet. Die Techniken zum Stechen dieser Surfaces sind dieselben wie beim Piercing (2. 2. 6)

(Trend Agent GmbH & Piercingstudio, 2011). Die Oberflächenpiercings können an fast allen Körperstellen getragen werden. Einige Beispiele, die immer wieder gesehen werden, sind Teardrops, die unterhalb dem Auge und oberhalb dem Wangenknochen platziert werden, Clavicle Piercings, die am Schlüsselbein gestochen werden, Madison-Piercings, die sich im unteren Halsbereich befinden und das Nackenpiercing, das meist am unteren Ende des Nacken zu entdecken ist. (Tattoo Models, 2011)

1.2.10 Tattoos

Die wohl älteste Form der Körpergestaltung ist das Tattoo. Seit den ersten Aufzeichnungen über Tattoos, hat sich deren Technik und Anwendung oftmals verändert. Tattoos wurden früher meist aus rituellen und traditionellen Gründen gestochen. Wurden zu Beginn scharfe Gegenstände wie z. B. Dornen, Haken aus Muschelschalen, Knochen oder Holz für das Einstechen verwendet, wird heute bei kommerziellen Tattoo-Studios die elektrische Tattoomaschine verwendet. Die heutige Tattoofarbe besteht aus Tinte, wohingegen zu Beginn Holzkohlepulver, farbige Erde oder Pflanzenteile zur Färbung der Einstiche verwendet wurden (Tattoonet GbR, 2007). Bei den Körperstellen, die tätowiert werden können, gibt es keinerlei Grenzen. Neben den vertrauten Körperstellen wie Arme, Beine, Oberkörper oder Kopf ist das Tattoo im Intimbereich immer häufiger anzutreffen. Zudem findet man im World Wide Webs Fotos von Zungentattoos oder eingefärbte bzw. tätowierte Augäpfel. Wie bei jeder Form des Body Modifications wird auch bei Tattoos die Haut verletzt, wodurch einige gesundheitliche Risiken entstehen können. Diese Risiken sind sowohl abhängig von der Form des Body Modifications

als auch von der Hygiene bzw. Erfahrung des Profis. Bei unsteriler Durchführung besteht die Gefahr von bakteriellen und viralen Infektionen, Blutungen, Allergien und überschießende Narbenbildung (Siegmund-Schultze, 2007).

Obwohl sich diese Arbeit, wie nachfolgend ersichtlich wird, nur mit der Form des Tätowierens beschäftigt, sollte das weite Spektrum aufgezeigt und die Forschungsmöglichkeiten dieses Gebietes nicht vernachlässigt werden. Grund dafür, dass sich diese Arbeit nur mit Tattoos beschäftigt ist, dass die Formen des Body Modifications ein junges Forschungsgebiet darstellt. Das bedeutet, dass sich die bisherige wissenschaftliche Literatur vorwiegend auf Piercings und Tattoos beschränkt. Zudem wäre es zeittechnisch nicht möglich, genügend Probanden für andere Formen des Body Modifications zu finden.

In dieser Arbeit wird Rücksicht darauf genommen, dass die Formen des Body Modifications weder verherrlicht noch beurteilt bzw. verurteilt werden. Es wird versucht, das Thema des Body Modifications neutral zu betrachten. Das Abwägen der Risiken und die Entscheidung für oder gegen ein Tattoo bzw. Body Modification sind jedem selbst überlassen.

2 THEORETISCHER HINTERGRUND

Nachdem die Tattoomaschine 1891 erfunden wurde, verbreitete sich die Form des Body Modifications rasch. Seefahrer, Soldaten, Biker, Gefangene oder Punks waren die ersten Gruppierungen, die aufgrund ihrer Tattoos das Interesse der Wissenschaft weckten (Kasten, 2006). Heutzutage gibt es kaum eine wissenschaftliche Disziplin, die sich nicht mit der Form des Tätowierens befasst.

Zum klaren Verständnis der nachfolgenden Fragestellungen werden in diesem Kapitel die relevanten Studien und deren Ergebnisse über die einzelnen Bereiche dargestellt.

2.1 Geschichtlich wissenschaftlicher Hintergrund

In diesem Kapitel wird nicht auf die Geschichte des Tattoos an sich eingegangen, sondern auf einige psychologische Studien, die seit den Anfängen bis jetzt, zum Thema Tattoo und Body Modification, durchgeführt wurden.

Das Interesse der Psychologie wurde in den neunziger Jahren geweckt, fand einen Höhepunkt zur Jahrtausendwende und hält bis heute an. Die Voreingenommenheit, dass nur Gefangene oder Biker tätowiert sind, ist vielleicht heutzutage nicht mehr gang und gebe, dennoch werden Tätowierte auch heute noch mit einigen Vorurteilen konfrontiert. Nicht nur die Gesellschaft assoziiert Tattoos mit Vorurteilen, sondern auch die Wissenschaft, die sich zu Beginn vorwiegend mit den vorherrschenden Vorurteilen beschäftigte. Das bedeutet, dass das Augenmerk der anfänglichen Studien auf erhöhte Gewaltbereitschaft, psychische Störungen, Verhaltensstörungen oder Drogenmissbrauch lag. Die anfänglichen Untersuchungen von Buhrich und Morris (1982), Harry (1987) oder Favazza, (1996, zit. nach Forbes, 2001), wurden meist an klinischen Stichproben oder an Gefangenen durchgeführt. Nachdem die Wahl der Untersuchungsteilnehmer an den anfänglichen Studien kritisiert wurde, wurden die weiterführenden Untersuchungen meist an Jugendlichen oder College Studenten durchgeführt. Seit den ersten Studien mit Jugendlichen, beispielsweise von Houghton, Durkin, Parry, Turbett und Ordgers (1996), gibt es kaum eine

psychologische Studie, die sich nicht mit dieser Zielgruppe beschäftigt. Nicht nur die Wahl der Studienteilnehmer hat sich verändert, sondern auch der wissenschaftliche Zugang zum Thema Body Modification. In der Literatur um die Jahrtausendwende wird auf einen Wandel der Körperveränderung hingewiesen. Armstrong und Pace-Murphy (1997) sowie Greif, Hewitt und Armstrong (1999) gehen davon aus, dass Tattoos heutzutage gut geplant und durchdacht werden. Zudem stehen Tattoos nicht mehr im Zusammenhang mit Alkohol und Drogenkonsum. Ebenso ist die Rebellion heutzutage eine veraltete Motivationsform. Frederick und Bradly (2000) fanden heraus dass tätowierte und gepiercte Menschen weniger depressiv sind und psychisch gesünder als nicht tätowierte und gepiercte Menschen. Forbes (2001) zeigte auf, dass Tätowierte und Gepiercte nicht wie angenommen aus zerrüttenden Familien kommen und sich somit nicht in ihrer Kindheit und Entwicklung von Nicht-Modifizierten unterscheiden. Auch wenn Tattoos immer mehr im Kommen sind, bleiben die Vorurteile gegenüber den Tätowierten immer noch vorhanden. Martin (2010) beschäftigte sich mit den diesen Vorurteilen und kam zu dem Ergebnis, dass Tätowierte nicht neurotischer sind, keine erhöhte Neigung zu psychischen Störungen haben und auch nicht vermehrt aus zerrüttenden Familien kommen.

Zusammenfassend lässt ich erwähnen, dass der wissenschaftliche Boom, der seit der Jahrtausendwende vorherrscht, dazu beiträgt, dass neben den anfänglichen Studien über Vorurteile viele weitere psychologisch relevante Merkmale betrachtet und studiert werden.

2.2 Persönlichkeitseigenschaften

Psychologen sind seit Anbeginn auf der Suche nach einfachen, aber wirkungsvollen Methoden zur Kategorisierung von Menschen. Dadurch wollen sie Vorhersagen über die Reaktion und das Verhalten von Menschen, die über verschiedenste Situationen gültig sind, ziehen. Ziel der Persönlichkeitstheorie ist, Unterschiede zwischen Menschen zu spezifizieren (Zimbardo & Gerrig, 2004).

Aufgrund jahrhundertlanger Suche nach wirkungsvollen Methoden zur Kategorisierung von Menschen gibt es in der Persönlichkeitspsychologie eine Vielzahl von Theorien. Die Theorie der 5 Persönlichkeitsmerkmale (Big 5) ist bis heute die beständigste Theorie zur Beschreibung der Persönlichkeit. Nicht nur die Beständigkeit ist ein positiver Aspekt dieser Theorie sondern auch das immer noch vorherrschende Interesse der Forschung, diese Theorie zu perfektionieren. Aus der Literatur ist es ungewiss zu erfahren, wer der tatsächliche Gründer der Big 5 war. Das bedeutendste an der Theorie ist es, dass die Eigenschaften und deren Grundkonzept alle einen gemeinsamen Literaturnachweis haben (Arendasy, Sommer & Feldhammer, 2011). Die Big 5 bestehen aus den Merkmalen: Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Emotionale Stabilität. Jedes einzelne Merkmal wird durch 6 Unterfacetten beschrieben. Das revidierte NEO-Persönlichkeitsinventar von Costa und McCrae (NEO-PI-R, 1992) bezieht als erstes Messinstrument diese Unterfacetten für eine differenziertere Beschreibung der Persönlichkeitsmerkmale mit ein (Amelang, Bartussek, Stemmler & Hagemann, 2006). Das große Interesse an den Big 5 hat zur Folge, dass die Auswahl der Verfahren zur Erhebung der Big 5 riesig ist. Die Verfahren können neben den herkömmlichen Testkriterien in zwei Kategorien gegliedert werden. So gibt es

Verfahren, die die Big 5 inklusive deren Unterfacetten erfassen und jene, die nur die Big 5 betrachten (Arendasy, Sommer & Feldhammer, 2011). In den vielzähligen Verfahren und Theorien über die Big 5 lässt sich ein gemeinsamer Nenner finden. Die Big 5 Faktoren weisen kaum bis gar keine nennenswerte Geschlechtsunterschiede auf (Lang, Lüdtker & Asendorpf, 2001, Lippa, 2010). Bei den Meta-Analysen über die bisherigen Geschlechts- und Kulturunterschiede der Big 5 von Lippa (2010) könnte lediglich bei den Faktoren Verträglichkeit und Neurotizismus für Frauen ein gering höher Wert ersichtlich werden als bei Männern. Die Big 5 weisen stabile Persönlichkeitsfaktoren auf, die relativ stabil gegenüber Geschlechtsunterschiede sind.

2.2.1 Big 5 und Body Modification

Wissenschaftler gehen davon aus, dass sich die Ausprägung der Persönlichkeitseigenschaften zwischen Personen mit Body Modification und Personen ohne Body Modification unterscheiden. Nicht nur die Wissenschaft geht von dem Unterschied aus, sondern auch die Personengruppen selbst glauben, dass sie sich in der Ausprägung der Big 5 wesentlich unterscheiden (Drews, Allison & Probst, 2000; Forbes, 2001, Wohlrab, Stahl, Ramsayer & Kappeler, 2007; Wohlrab, Fink, Kappeler & Brewer, 2009). Hinsichtlich der tatsächlichen Ausprägung der Big 5 wurden bis heute aber kaum wesentliche Unterschiede zwischen Personen mit Body-Modification und Personen ohne Body-Modification gefunden. Vielmehr kann behauptet werden, dass sich bei den Big 5 ein konfuse Bild ergibt, da bis heute keine eindeutigen Ergebnisse vorliegen. Roberti, Storch und Bravata (2004) kamen zu dem Ergebnis, dass Personen mit Body Modification eine höhere Ausprägung

des Persönlichkeitsmerkmals Extraversion aufweisen. Nathanson, Paulhus und Williams (2006) zeigten auf, dass das Persönlichkeitsmerkmal Offenheit die Wahrscheinlichkeit für ein Tattoo vorhersagt. Bei der Studie von Wohlrab et al. (2007) zeigten sich niedrigere Ausprägungen des Merkmals Verträglichkeit bei Personen mit Body-Modification als bei Personen ohne Body-Modification. Tate und Shelton (2008) fanden eine niedrigere Ausprägung bei dem Merkmal Verträglichkeit und Gewissenhaftigkeit bei Personen mit Body Modification im Gegensatz zu Personen ohne Body-Modification.

Die Ergebnisse werden von vielen kritisch betrachtet, da sie sich kaum in weiterführenden Studien widerlegen lassen. Darum stellt sich hier die Frage, ob womöglich eine differenziertere Betrachtung der Big 5 zu einem besser interpretierbaren Ergebnis führt, da bis zum heutigen Zeitpunkt keine Studie vorliegt, die neben den fünf Hauptmerkmalen auch die jeweils sechs zugehörigen Unterfacetten betrachtet hat.

2.3 Sensation Seeking

Der Begriff „Sensation Seeking“ entstammt aus der Forschung von Zuckerman im Bereich der sensorischen Deprivation (= Mangel an Außenreizen) (Social Sciences Citation Index, 1981). 1969 postulierte Zuckerman, dass sich die Motivation in der Suche nach Reizen in vielen Aspekten des Verhaltens manifestiert (Zuckerman, 1971). Sensation Seeking wird als ein Bedürfnis nach wechselnden, neuen und komplexen Empfindungen und Erfahrungen und die Bereitschaft für dessen Befriedigung physische und soziale Risiken einzugehen, definiert (Zuckerman, Bone, Neary, Mangelsdorff & Brustman, 1972). Die Theorie nimmt an,

dass sich Personen in ihrer Basisaktivierung unterscheiden. Daraus ergeben sich Personen, die von Natur aus eine höhere Basisaktivierung besitzen, so dass sie nur ein geringes Ausmaß an Wahrnehmungsreizen benötigen um ihr optimales Aktivierungsniveau zu erreichen (= niedrige Sensation Seeker). Im Gegenzug dazu gibt es Personen, die von Natur aus eine niedrigere Basisaktivierung besitzen, sodass sie vermehrt nach Wahrnehmungsreizen suchen, um ihr optimales Aktivierungsniveau zu erreichen (= hohe Sensation Seeker). Somit müssen hohe Sensation Seeker vermehrt nach neuen, stimulierenden Situationen suchen (Amelang, Bartussek, Stemmler & Hagemann, 2006). Am häufigsten wird das Merkmal mittels der Sensation Seeking Skala (SSS-V, Zuckerman, 1994) erhoben. Diese Skala umfasst vier Subskalen, aus denen der Sensation-Seeking-Gesamtwert berechnet wird. Die Subskala Thrill & Adventure Seeking (TAS) beschreibt die Tendenz, Aktivitäten, die Gefahr und Geschwindigkeit beinhaltet durchzuführen. Experience Seeking (ES) beschreibt die Tendenz, sich auf die Suche nach neuen nonkonformistischen Erfahrungen zu machen. Die Subskala „Disinhibition (Dis) besteht aus der Tendenz, sich Stimulation durch soziales und sexuell enthemmtes Verhalten zu verschaffen. Boredom Susceptibility (BS) erfasst die Abneigung gegen Routine, Langeweile und Wiederholungen (Beauducel, Strobel, Brocke, 2003).

2.3.1 Sensation Seeking und Body Modification

Im Gegensatz zu den Big 5 werden in diesem Bereich konsistentere Ergebnisse erzielt. Alle Studien, die das Merkmal Sensation Seeking untersuchten, kamen zu dem Ergebnis, dass Personen mit Body-Modification eine höhere Ausprägung des Merkmals Sensation Seeking aufweisen als Personen ohne Body Modification.

Roberti et al. (2004) untersuchten die Geschlechtsunterschiede in der Gruppe der Personen mit Body-Modification. Dieses Ergebnis ist ein Hinweis für die allgemein anerkannte Theorie des Sensation Seeking von Zuckerman, in der ausgegangen wird, dass Frauen weniger impulsive Reize von außen benötigen als Männer. Darüber hinaus behaupten die Wissenschaftler, dass die Höhe der Merkmalsausprägung die Anzahl der Tattoos vorhersagen kann. Stirn, Hinz und Brähler (2006) bestätigen die Annahme, dass das Merkmal Sensation Seeking bei Personen mit Body-Modification im Allgemeinen signifikant höher ist als bei Personen ohne Body-Modification. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass Body-Modification ein anderer Weg dafür ist, verschiedene, ungewöhnliche und komplexe Situationen sowie Erfahrungen, die physische und soziale Risiken beinhalten, zu erreichen. Wohlrab et al. (2009) kamen ebenfalls zu dem Ergebnis, dass das Merkmal generell bei Personen mit Body-Modification höher ausgeprägt ist als bei Personen ohne Body-Modification. Bei den Subskalen ergibt sich eine höhere Ausprägung im Bereich des enthemmten Verhaltens (Dis) und nonkonformen Verhaltens (ES). Bei den weiteren Subskalen (BS und TS) ergaben sich keine signifikanten Unterschiede. Die Studie von Wohlrab et al. (2009) befasste sich mit der Fremdwahrnehmung. Die Untersuchungsteilnehmer mussten virtuell tätowierte Personen im Hinblick auf das Merkmal Sensation Seeking beurteilen. Dabei wurden virtuell männliche Personen generell höher bewertet als virtuell weibliche Personen. Dies bestätigt wiederum die allgemein anerkannte Theorie über das Merkmal Sensation Seeking von Zuckerman. Darüber hinaus schätzten die Untersuchungsteilnehmer tätowierte Personen als anfälliger für enthemmtes Verhalten (Dis), nonkonformes Verhalten (ES) und gefährliche Situationen (TS). Weiters wurden virtuell tätowierte Personen als anfälliger für Langeweile und

Routine wahrgenommen. Aufgrund der Ergebnisse schlussfolgern die Wissenschaftler, dass Body Modification zum Konstrukt einer risikofreudigen Persönlichkeit zugeordnet werden kann.

Aus den bisherigen Studien zum Merkmal Sensation Seeking lässt sich schließen, dass die Selbstwahrnehmung sowie die Fremdwahrnehmung in diesem Bereich ein ähnliches Bild ergeben. Das bedeutet, Personen mit Body Modification sehen sich nicht nur selbst im Allgemeinen als höhere Sensation Seeker, sondern sie werden auch von Fremden so wahrgenommen. Werden die bisherigen Ergebnisse zusammengefasst, kann angenommen werden, dass das Merkmal Sensation Seeking eng mit Body-Modification verbunden ist. Für eine definitive Verbindung dieser Bereiche gibt es aber meiner Meinung nach noch zu wenige Studien. Deshalb ist es naheliegend, dieses Merkmal in der wissenschaftlichen Arbeit nochmals genauer zu betrachten.

2.4 Narzissmus

Das Konstrukt des Narzissmus, ist aufgrund der langen wissenschaftlichen Tradition, sehr facettenreich und in den verschiedensten psychologischen Bereichen auffindbar. Anfänglich wurde Narzissmus psychoanalytisch betrachtet, wobei Freud (1914, 1957), Kernberg (1974, 1975) und Kohut (1977) den Begriff Narzissmus wesentlich formten und als pathologische Selbstverliebtheit und als „System des Selbst“ definierten. Nachdem Narzissmus 1980 in das diagnostische und statistische Manual Psychischer Störungen (DSM III) als klinische Störung aufgenommen wurde, kam zur anfänglichen psychoanalytischen Definition auch eine psychopathologische hinzu (Foster & Campbell, 2007). Seit diesem Zeitpunkt

sind die Begriffe Narzissmus und Persönlichkeitsstörung eng miteinander verbunden. Laut dem aktuellen diagnostischen und statistischen Manual Psychischer Störungen (DSM-IV-TR, 2000) nehmen sich Personen mit einer narzisstischen Persönlichkeitsstörung (NPS) als extrem wichtig, großartig und einzigartig wahr. Zudem haben sie ein vermehrtes Bedürfnis an Bewunderung und Zuneigung (American Psychiatric Association, 2000). Psychopathologisch wird Narzissmus als eine Störung der Selbstliebe und des Selbstwertgefühls, die mit einer übertriebenen Selbstbezogenheit verbunden ist, bezeichnet (Ermann, 2007). Zwar wird in der Literatur und Wissenschaft Narzissmus oft mit klinischen Aspekten verbunden, dennoch bedeutet Narzissmus nicht zwangsläufig etwas Negatives. Neben der Selbstliebe beinhaltet Narzissmus eine innere Bezogenheit auf das Selbst, um das innere Gleichgewicht, Wohlbehagen und die Selbstsicherheit aufrechtzuerhalten. Somit kann zwischen positivem, d. h. eine positive Einstellung zu sich selbst und negativem Narzissmus, d. h. vorwiegend auf sich selbst zugewandt, unterschieden werden (Beyers, 2011). Der Ansatz, dass Narzissmus nicht zwangsläufig mit Entwicklungs- oder Persönlichkeitsstörungen einhergehen muss, wurde 1979 erstmals von Raskin und Terry angenommen und erforscht. Von da an wird Narzissmus auch sozial- und persönlichkeitspsychologisch erforscht und als Persönlichkeitsmerkmal verstanden. Obwohl das Narzissmus Persönlichkeitsinventar (NPI) auf Basis der diagnostischen Kriterien des DSM von Raskin und Terry (1979) entwickelt wurde, dient es zur Erfassung von Narzissmus als Persönlichkeitsdimension. Das NPI wurde entwickelt, um individuelle Unterschiede in einer subklinischen Population zu erfassen (Raskin & Terry, 1988). Emmons (1984) beschäftigte sich ebenfalls mit der damals neuen Theorie, dass Narzissmus als Persönlichkeitsdimension verstanden werden kann. Wissenschaftler

wie Asendorpf und Ostendorf (1998), Schütz, Marcus und Sellin (2004), Ames, Rose und Anderson (2006) und Foster und Campbell (2007), bestätigen die Auffassung, dass Narzissmus als überdauerndes Persönlichkeitsmerkmal (Trait) verstanden und die Tendenz zum Narzissmus nicht nur auf klinische Gruppen beschränkt werden kann. In der Sozial- und Persönlichkeitspsychologie wird Narzissmus als Persönlichkeitsdimension betrachtet. Auf dem Narzissmus-Kontinuum gibt es keinen Wendepunkt, in dem von einer „normalen“ in eine „klinische“ Ausprägung gewechselt wird. Es gibt lediglich eine niedrige bzw. hohe Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Narzissmus (Foster & Campbell, 2007).

Narzissmus wird im Lexikon für Psychologie und Pädagogik als eine starke Selbstverliebtheit oder auch Eitelkeit definiert. Narzissten sind ständig auf der Suche nach Bewunderung und haben gleichzeitig eine enorme Angst vor Kränkung. Daher benötigen Narzissten ständige Achtung, Wertschätzung und Beachtung. (Stangl-Taller, 2011) Geschlechtsunterschiede im Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus lassen sich aus den Studien von Twege und Campbell (2009) und Saculla und Derryberry (2011) schlussfolgern. Twege und Campbell (2009) gehen davon aus, dass narzisstisches Verhalten in der Gesellschaft immer mehr wird, wobei der Großteil des immer mehr werdenden narzisstischen Verhaltensweisen von Frauen ausgehen. Saculla und Derryberry (2011) untersuchten in ihrer Studie narzisstische Persönlichkeitszüge in der Nutzung von Social Medias – wenn diese zu Selbstdarstellungszwecken verwendet werden. Frauen schätzen sich im Vergleich zu Männern generell als narzisstischer, was eine höhere Ausprägung im Narzissmustrait bei einer Selbstbeurteilung mit sich bringt. Außerdem werden Social Medias zur Selbstdarstellung und Selbstinszenierung viel häufiger von Frauen genutzt als von Männern.

In dieser wissenschaftlichen Arbeit wird Narzissmus weder psychoanalytisch noch psychopathologisch betrachtet, sondern als eine Dimension der Persönlichkeit. Diese variiert interindividuell und ist bei jedem Menschen messbar.

2.4.1 Narzissmus und Body Modification

Wie in Kapitel 3.1 Geschichtlich wissenschaftlicher Hintergrund berichtet, lag ein Augenmerk der anfänglichen Forschung auf den psychischen Störungen bzw. Persönlichkeitsstörungen, zu denen auch die NPS zählt. In der Literatur gibt es lediglich eine wissenschaftliche Arbeit, die sich konkret mit dem Zusammenhang von Narzissmus und Body Modification beschäftigt. Diese Studie von Nathanson et al. (2006) beschäftigt sich zwar mit Narzissmus, bezeichnet ihn aber als einen Teil der „dunklen Triade“, die neben Narzissmus noch Machiavellismus und subklinische Psychopathologie beinhaltet. Somit wird Narzissmus nicht als „neutrale“ Persönlichkeitsdimension aufgefasst, sondern als antisoziales Verhalten, das ein zentrales Symptom von Persönlichkeitsstörungen ist.

Bis dato gibt es in der Literatur keine psychologisch wissenschaftliche Studie, die den Zusammenhang von Narzissmus als Persönlichkeitsdimension und Body Modification untersucht. Die Aufgabe dieser wissenschaftlichen Arbeit besteht darin, die Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Narzissmus zu erheben und mit dem Vorhandensein von Tattoos in Verbindung zu setzen.

2.5 Motivationale Aspekte des Tätowierens

Für jedes menschliche Verhalten, auch wenn es auf den ersten Blick keinen Sinn ergibt, gibt es einen Grund. Die Psychologie fragt nach diesem Grund - der Motivation - die dem Menschen zu seinem Handeln antreibt und bewegt (Charlier, 2001). Die Motivation stellt eine wesentliche Grundlage für das Verständnis dar, warum sich jemand freiwillig einer schmerzhaften Body Modification unterzieht. Da jede Form des Body Modifications sowie jedes einzelne Tattoo individuell unterschiedlich ist, wird auch die Entscheidung für ein Tattoo von unterschiedlichen Motivationshintergründen gelenkt. Myers (1992, zit. nach Nathanson et. al. 2006) spricht von der Motivation des Schockierens, Featherstone (1999) geht von rituellen und traditionellen Motivationshintergründen aus, Forbes (2001) behauptet, dass die Motivation, sich tätowieren zu lassen nicht länger ein Akt der Rebellion oder des Alkohol- und Drogenkonsums ist, sondern eine Art und Weise, die Individualität auszudrücken. Hingegen nehmen Nathanson et al (2006) an, dass die Gruppenzugehörigkeit und die Mode eine wichtige Rolle bei Tattoos spielt. Tate und Shelton (2008) sprechen wiederum von dem Wunsch nach Einzigartigkeit. Rohr (2009) nimmt an, dass die Formen des Body Modifications dem Wunsch nach Selbstvergewisserung und Selbstermächtigung nachgehen.

Diese Anführung von den unterschiedlichsten motivationalen Aspekten sollte die immense Bandbreite dieses Kapitels nahelegen. Es scheint schier unmöglich zu sein, die gesamten komplexen motivationalen Hintergründe für eine Form des Body Modifications in einer Studie zu erfassen geschweige denn zu gliedern.

2.5.1 Motivationsformen des Tattoos

Frederick und Bradley (2000) versuchten, die schier unmögliche Reichweite der motivationalen Aspekte zu erfassen und in Kategorien zu gliedern. Dabei unterschieden sie als erstes zwischen intrinsischer (charakterisiert durch eine Kombination von Wahlmöglichkeit und Herausforderung, die eine persönliche Erfüllung mit sich bringt) und extrinsischer Motivation (charakterisiert durch Gruppenkonformität oder Gruppenzwang). Eine weitere Form der intrinsischen Motivation ist die Verinnerlichung (gekennzeichnet durch verstärkte Individualität), eine weitere Form der extrinsischen Motivation ist die Introjektion (gekennzeichnet durch die innere Übertragung von fremden Anschauungen und Werten). Die fünfte Kategorie ist die Amotivation, die alle weiteren, nicht in die vorher genannten Kategorien passenden motivationale Aspekte beinhaltet. In Anlehnung an die Studie von Frederick und Bradley (2000), besteht die Aufgabe dieser wissenschaftlichen Arbeit, die motivationalen Aspekte, die vorwiegend intrinsisch und extrinsisch gegliedert werden, zu erfassen und geschlechtsspezifische Unterschiede zu analysieren und zu interpretieren.

2.6 Motivwahl, Lage und Größe der Tattoos

Den Tattoos sind keine Grenzen gesetzt. Jegliches erdenkliche Motiv wird an jeder erdenklichen Lage tätowiert. In der Tattooszene gibt es nichts, was es nicht gibt. In Tattoozeitschriften und Internetplattformen findet man Tattoomotive die von Totenköpfen und Dämonen bis hin zu Spongebob und Hello Kitty reichen. Eine ebenso große Bandbreite bietet die Lage und die Größe, an denen die Tattoos

gestochen werden. Sie reicht vom Oberkopf bis hin zur Unterseite der Zehen und vom riesigen Rückentattoo bis hin zu einem kaum ersichtlichen Tattoo an der kleinen Zehe.

Wissenschaftliche Arbeiten, die Motive, Lage und Größe der Tattoos differenzieren sind bis dato spärlich. Frederick und Bradley (2000), Forbes (2001), Burger und Finkel (2002), Atkinson (2004), Koch, Roberts, Armstrong und Owen (2005), Stirn et al. (2006) oder Tate und Shelton (2008), erhoben bei ihren Studien lediglich die Anzahl der Tattoos.

2.6.1 Motivwahl der Tattoos

Wie erwähnt, sind den Tattoos keine Grenzen gesetzt. Vom Spiegelei, einer fliegenden Banane bis hin zu einer technischen Gebrauchsanleitung. Heutzutage wird alles tätowiert. Drews et al (2000) kamen bei ihrer Studie auf sieben Kategorien, deren Häufigkeit absteigend abnimmt. Die Motivkategorien sind: abstrakte Designs, Blumen, Schmetterlinge, Himmelskörper, Namen, Phrasen und Mottos, Reptilien und Säugetiere. Degelman und Price (2002) teilten die Motivangaben ihrer Probanden in fünf Kategorien. Am häufigsten wurden nicht-kommerzielle Symbole als Kategorie angegeben. Gefolgt von Tiermotiven, Namen, Buchstaben und Statements, Blumen und Früchten und religiösen Symbolen. Die zehn Kategorien von Wohlrab et al (2007) bestehen aus Tribals, Symbolen, Fantasy und Science Fiction, Tieren und Natur, Blumen, Old School, Totenköpfen, Kreuzen und Messer, Buchstaben, orientalische Motive und Andere. Generell zeigte sich, dass die Kategorie der Tribals, Tiere und Natur sowie der Buchstaben am häufigsten gewählt wurde. Männliche Tätowierte wählten signifikant öfter das Motiv

der Totenköpfe, Kreuze und Messer, sowie Old School Motive als weibliche Tätowierte. Zudem zeigt sich, dass Blumenmotive signifikant öfter von weiblichen Tätowierten gewählt werden als von männlichen Tätowierten. Bei den anderen sieben Kategorien zeigte sich kein signifikanter Geschlechtsunterschied.

2.6.2 Lage der Tattoos

Ebenso wie bei den Motiven von Tattoos, sind auch der Lage keinerlei Grenzen gesetzt. Abgesehen von den kommerziellen Stellen, findet man Tattoos im Augapfel oder auf der Zunge. Absteigend von der Häufigkeit befanden sich die Tattoos bei der Studie von Drews et al (2000) am Rücken, Knöchel, Schulter, Arm, Steißbein, Brustbein, Bein, Fuß, Zeh, Handgelenk, Nacken und um den Bauchnabel. Tattoos von Männern befinden sich häufiger am Arm und an der Schulter und die Tattoos der Frauen befinden sich häufiger am Rücken oder Knöchel. Laumann und Derick (2006) bestätigten diese geschlechtsdifferenzierten Ergebnisse. Zudem fanden sie heraus, dass Männer sich signifikant öfter Tattoos stechen lassen, die freigelegt, d. h. ersichtlich sind und Frauen lassen sich signifikant öfter Tattoos stechen, die verdeckt sind. Wohlrab et al (2007) geben an, dass Oberarm, Schulter und Wade, generell als beliebteste Tattoostellen bevorzugt werden. Männer sind signifikant öfter am Oberarm und Frauen am Rücken und Genitalien tätowiert. Ähnlich sind die Ergebnisse von Koziel, Kretschmer und Pawloski (2010). Sie kamen zu dem Ergebnis, dass sich Männer signifikant öfter an den oberen und unteren Extremitäten tätowieren lassen und Frauen am Rücken und Bauch.

2.6.3 Größe der Tattoos

Wie erwähnt, gibt es bei der Größe der Tattoos nichts, was es nicht gibt. Sie reicht von einem kleinen tätowierten Buchstaben bis hin zu Tattoos, die sich vom Nacken über den Rücken, bis hin zu den Waden ziehen. Drews et al (2000) wollten für ihre Studie die Größe der Tattoos erheben. Die Angaben konnten nicht verwendet werden, da sie von „mein Tattoo hat die Größe eines Quadrates“ bis hin zu „mein Tattoo ist ca. 18 x 18 cm groß“ reicht. Laumann und Derick (2006) zogen bei ihrer Studie die Handfläche als Größenmaß heran. Demnach gab es die Größenangabe „Tattoo ist kleiner, größer oder gleich groß wie die Handfläche“. Frauen lassen sich signifikant öfter Tattoos stechen, die kleiner oder gleich groß wie eine Handfläche sind, wohingegen Männer signifikant öfter Tattoos besitzen, die größer als eine Handfläche sind. Wohlrab et al (2007) wandelten die Tattoogröße in Prozent um, die von der gesamten Hautoberfläche bedeckt wird. Bei ihren Ergebnissen zeigten sich keinerlei Geschlechtsunterschiede. Stieger, Pietschnig, Kastner und Voracek (2010) ließen ihre Probanden die Größe mittels einer dreistufigen Ratingskala schätzen. Demzufolge zeigte sich, dass die meisten kleine Tattoos besitzen – das Tattoo bedeckt nur einen kleinen Teil der genannten Körperstelle. Gefolgt von mittleren Tattoos – das Tattoo bedeckt zirka die Hälfte der genannten Körperstelle – und großen – das Tattoo bedeckt die gesamte genannte Körperstelle – Tattoos.

Da der wissenschaftliche Hintergrund in diesem Bereich relativ beschränkt ist, besteht das Ziel dieser wissenschaftlichen Arbeit darin, sowohl die Motive als auch Lage und Größe der Tattoos zu erheben und geschlechtsspezifisch zu differenzieren.

2.7 Attraktivität von Tattoos

Nach den ersten Sekunden einer Begegnung mit einer fremden Person bilden wir automatisch den ersten Eindruck von ihren körperlichen Erscheinungen. Dieser beeinflusst unsere Wahrnehmung über andere Persönlichkeitsmerkmale. Eine attraktiv wirkende Person wird z.B. als sympathisch oder intelligent empfunden (Asendorpf, 2009). Der Begriff „Attraktivität“ ist im allgemeinen Gebrauch relativ eindeutig und klar verständlich. Im Lehrbuch der Persönlichkeitspsychologie von Asendorpf (2009) wird die physische Attraktivität als die Attraktivität eines Menschen, die auf körperlichen Merkmalen beruht, definiert. Die Attraktivitätsforschung ist ein wichtiger und dauerhafter Bestandteil der Psychologie, vor allem der Sozialpsychologie. Diese beschäftigt sich schon seit Jahrzehnten damit, welche Kriterien ausschlaggebend dafür sind, dass wir eine Person als attraktiv beurteilen und welche Eigenschaften mit attraktiven Personen assoziiert werden (Manstead & Hewstone, 1995).

Dion, Berscheid und Walster (1972) fanden in ihrer Studie heraus, dass Attraktivität einen positiven Einfluss auf Persönlichkeitseigenschaften, Berufsstand, Sexualität, soziales und professionelles Glück und Partnerwahl hat. Die Autoren kamen zu dem Schluss, dass Attraktivität mit positiven Stereotypen verknüpft wird und definierten das „Was schön ist, ist gut Stereotyp“. Das bedeutet, dass physische Attraktivität über positive Stereotype wirkt. Dieses Stereotyp ist eines der wesentlichsten Bestandteile in der Attraktivitätsforschung. Ashmore und Longo (1995), Calvert (1988), Dion et al. (1972) Moore, Graziano und Millar (1987) sind wichtige Forscher in dem Bereich des „Was schön ist, ist gut Stereotyp“. Sie beschäftigten sich damit, welche Persönlichkeitsmerkmale, die nichts mit dem

Äußeren zu tun haben, attraktiven Personen zugeschrieben werden (Aronson, Wilson & Akert, 2008). Attraktive Personen werden, im Gegensatz zu Personen, die als weniger attraktiv gelten, als kontaktfreudiger, extrovertierter, beliebter, sexuell aktiver, glücklicher und selbstbewusster wahrgenommen (Eagly, Ashmore, Makhijani & Longo, 1991, Feingold, 1992). Aus den Studien von Eagly et al. (1991) und Feingold (1992) entstanden die Charaktermerkmale des „Was schön ist, ist gut“-Stereotyp für die westliche und industrialisierte Kultur. Kontaktfreude, Glück, Freundlichkeit, Sexuelle Aufgeschlossenheit, Extraversion, Beliebtheit, Reife, Sympathie, Ausgeglichenheit und die Selbstsicherheit sind diese Charaktermerkmale (Aronson, Wilson & Akert, 2008). Das bedeutet, dass die physische Attraktivität einen positiven Einfluss auf diese Merkmale hat. Laut Feingold (1992) besteht tatsächlich nur ein geringer Zusammenhang zwischen der physischen Attraktivität und den Persönlichkeitseigenschaften bzw. den Fähigkeiten einer Person.

2.7.1 Attraktivität und Body Modification

Die physische Attraktivität und Tattoos weisen in den vorliegenden wissenschaftlichen Studien eine enge Verbindung auf. In diesem Kontext wird meist von einer Steigerung der Attraktivität gesprochen. Eine der ersten Untersuchungen im Bereich Attraktivität und Body Modification wurde von Mosher, Oliver und Dolgan (1967) durchgeführt. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass sich Gefangene mit Tattoos signifikant attraktiver fühlen als Gefangene ohne Tattoos. Laut Singh und Bronstad (1997) ist die physische Attraktivität sowohl für Männer als auch für Frauen ein wichtiges Signal für die Partnerwahl, wobei die Attraktivität mittels Tattoos erhöht

werden kann. Drews, Allison und Probst (2000) befassten sich ebenfalls mit der Attraktivität und Body Modification. Sie kamen zu dem Ergebnis, dass sich tätowierte Personen generell attraktiver fühlen als nicht tätowierte Personen. Zudem werden tätowierte Männer als attraktiver beurteilt als nicht tätowierter Männer. Koch und Roberts (2005) behaupten, dass sich Personen deshalb tätowieren lassen, um die physische Attraktivität zu steigern. Zudem werden Tätowierte mehr beachtet bzw. schneller wahrgenommen und bleiben eher in Erinnerung – unabhängig von der Bewertung – und wirken somit attraktiver. Horne, Knox, Zusman und Zusman (2007) untersuchten ebenfalls das Zusammenspiel von Tattoos und Attraktivität. Sie kamen ebenfalls zu dem Ergebnis, dass Tattoos, vor allem bei Männern, attraktivitätssteigernd wirken. Der Großteil der Frauen fanden Männer, mit sichtbaren Tattoos z. B. am Arm attraktiver als Männer ohne Tattoos. Ebenso fand der Großteil der Männer Tattoos an Frauen attraktiv, dennoch gibt es bei den männlichen Beurteilungen einen größeren Anteil an denen, die Tattoos an Frauen nicht attraktiv bzw. nicht attraktivitätssteigernd finden. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Tattoos eine Signalfunktion besitzen, die sich auf verschiedene Kontexte auswirkt – vor allem auf die physische Attraktivität (Koziel, Kretschmer & Pawlowski, 2010).

In dieser wissenschaftlichen Arbeit wird die Wirkung von Tattoos auf die Attraktivität differenziert untersucht. Das bedeutet, dass sowohl nicht tätowierte, als auch tätowierte Männer und Frauen, nicht tätowierte und tätowierte Männer und Frauen im Bezug auf die Attraktivität beurteilen. Die Attraktivität wird anhand der Charaktermerkmale des „Was schön ist, ist gut Stereotyp“ erhoben.

2.8 Präzisierung der Fragestellung

Die Literatureinblicke zur Thematik des Body Modifications ermöglichen eine nachvollziehbare Herleitung der Fragestellungen. Die vorherigen Abschnitte sowie die Fragestellungen können in zwei Überkapitel gegliedert werden. Einerseits befasst sich diese wissenschaftliche Arbeit mit Bereichen der Persönlichkeitspsychologie, andererseits mit tattoospezifischen Gegebenheiten. Ziel dieser Arbeit ist es, einen wissenschaftlichen Beitrag zur derzeitigen Forschung im Bereich Body Modification und Persönlichkeit zu leisten. Da das Thema ein relativ neues Forschungsgebiet darstellt, werden neben theorieabgeleiteten Fragestellungen auch jene behandelt, die durch gezielte und intensive Literaturrecherche sowie durch Introspektion zu Stande kamen.

2.8.1 Fragestellungen zum Bereich der Persönlichkeitspsychologie

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Big 5 Faktoren - Emotionale Stabilität, Extraversion, Offenheit, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit – von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Subskalen des Faktors Emotionale Stabilität – Unbekümmertheit, Gelassenheit, Positive Grundstimmung, Soziale Selbstsicherheit, Selbstbeherrschung und emotionale Robustheit – von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Subskalen des Faktors Extraversion – Freundlichkeit, Geselligkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Tatendrang, Abenteuerlust und Fröhlichkeit – von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Subskalen des Faktors Offenheit – Offenheit für Phantasie, Offenheit für Ästhetik, Offenheit für Gefühle, Offenheit für Handlungen, Offenheit für Ideen und Offenheit des Werte- und Normsystems – von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Subskalen des Faktors Gewissenhaftigkeit – Kompetenz, Ordnungsliebe, Pflichtbewusstsein, Ehrgeiz, Disziplin und Bedachtsamkeit – von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Subskalen des Faktors Verträglichkeit – Vertrauensbereitschaft, Aufrichtigkeit, Hilfsbereitschaft, Entgegenkommen, Bescheidenheit und Gutmütigkeit – von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Verfügen tätowierte Männer und Frauen über eine höhere Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking als nicht tätowierte Männer und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung der Subskalen TAS, Dis, Es und Bs des Persönlichkeitsmerkmals Sensation Seeking von nicht tätowierten Männern und Frauen?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen in der Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Narzissmus von nicht tätowierten Männern und Frauen?

2.8.2 Fragestellungen zum tattoospezifischen Bereich

Gliedern sich die Motivationshintergründe, sich für ein Tattoo zu entscheiden, in intrinsische und extrinsische Motivation und lassen sie sich geschlechtsspezifisch differenzieren?

Differenzieren sich die Motivwahl, Lage und Größe eines Tattoos geschlechtsspezifisch?

Unterscheiden sich tätowierte Männer und Frauen im Hinblick auf die Attraktivitätsbeurteilung von nicht tätowierten Männern und Frauen?

3 METHODIK

Das zugrunde liegende Untersuchungsdesign kategorisiert sich in die explorative und explanative Forschung. Es besteht aus einer quasiexperimentellen Querschnittstudie mit Felduntersuchungscharakter. Die natürlichen Gruppen von Geschlecht sowie die Gruppierung von tätowierten und nicht tätowierten Personen

sind notwendig zur Beantwortung der Fragestellungen. Zudem bedarf es nur einen Untersuchungszeitpunkt, der in der natürlichen Umgebung stattfinden kann.

3.1 Beschreibung der Untersuchungsinstrumente

Die Untersuchung besteht aus drei standardisierten Fragebögen und einem selbstentwickelten Fragebogen der demographische, tattoorelevante und attraktivitätsbeurteilende Fragen beinhaltet. Alle Untersuchungsinstrumente unterliegen der Selbstbeurteilung.

3.1.1 Big Five Struktur Inventar (BFSI, Arendasy, 2011)

Dieses standardisierte Verfahren ist ein multidimensionales, modulares Persönlichkeitsinventar zur Beurteilung der Big Five Faktoren, die als latente Traits definiert sind. Dieses Strukturinventar, bei dem jeder Big Five Faktor mit sechs Subskalen erfasst wird, dient zur Erfassung der latenten Persönlichkeitsdimension.

Emotionale Stabilität: Die positive Formulierung des sonst bekannten Traits Neurotizismus dient zur Erhöhung der Akzeptanz des Verfahrens. Es besteht aus den Subskalen: Unbekümmertheit, Gelassenheit, Positive Grundstimmung, soziale Selbstsicherheit, Selbstbeherrschung und emotionale Robustheit.

Extraversion: Besteht aus den sechs Subskalen: Freundlichkeit, Geselligkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Tatendrang, Abenteuerlust und Fröhlichkeit.

Offenheit: Besteht aus den sechs Subskalen: Offenheit für Phantasie, Offenheit für Ästhetik, Offenheit für Gefühle, Offenheit für Handlungen, Offenheit für Ideen und Offenheit des Wert- und Normsystems.

Gewissenhaftigkeit: Besteht aus den sechs Subskalen: Kompetenz, Ordnungsliebe, Pflichtbewusstsein, Ehrgeiz, Disziplin und Bedachtsamkeit.

Verträglichkeit: Besteht aus den sechs Subskalen: Vertrauensbereitschaft, Aufrichtigkeit, Hilfsbereitschaft, Entgegenkommen, Bescheidenheit und Gutmütigkeit.

Insgesamt gibt es dreißig Subskalen, die aus je zehn Items zusammengesetzt sind. Somit entsteht ein Itempool aus dreihundert Beurteilungsobjekten, die aus Adjektiven oder kurzen Redewendungen bestehen. Um den Nachteile der mittleren Antwortkategorie aus dem Weg zu gehen, werden die Items anhand eines vierstufigen Formates (1 = Untypisch für mich, 2 = Eher untypisch für mich; 3 = Eher typisch für mich, 4 = Typisch für mich) beantwortet, wobei bei jedem Item nach persönlicher Präferenz beurteilt wird. Der Ablauf des BFSI setzt sich aus einer Instruktionsphase und einer Testphase zusammen. In der Instruktionsphase wird der Proband darauf aufmerksam gemacht, dass er das jeweilige Item beurteilen soll, wie typisch bzw. untypisch dieses für einen selbst ist. Bei der nachfolgenden Testphase werden die dreihundert Beurteilungsobjekte vorgegeben, wobei der Proband bei der Beantwortung jedes Items beliebig viel Zeit hat. Die durchschnittliche Dauer des gesamten BFSI beträgt ca. zwanzig Minuten. Für die Auswertung und Interpretation der Ergebnisse liegen Prozentränge über die Big Five Faktoren und über die Subskalen vor. Dadurch wird eine differenzierte Analyse der latenten Persönlichkeitsdimension ermöglicht.

3.1.1.1 Psychometrische Eigenschaften des BFSI

Die Reliabilität kann als zufriedenstellend bezeichnet werden, da sie im Sinne der inneren Konsistenz durch die Passung des Partial Credit Modells nach Masters (1982, zit. nach Arendasy, 2011) über alle Subskalen gegeben ist. Der Reliabilitätskoeffizient Cronbach α liegt bei dem Faktor Emotionale Stabilität bei .85 - .96, bei dem Faktor Extraversion bei .86 - .96, bei dem Faktor Offenheit bei .83 - .95, bei dem Faktor Gewissenhaftigkeit bei .90 - .97 und bei dem Faktor Verträglichkeit bei .80 - .91. Die Konstruktvalidität gilt ebenso als gegeben, da sie durch die Durchführung der konfirmatorischen Faktorenanalyse erbracht wird.

3.1.2 **Sensation Seeking Scale, Form V, deutschsprachige Fassung (SSS-V, deutsche Fassung, Beauducel, Brocke & Strobel, 1999)**

Die originale SSS-V von Zuckerman (1994) ist das meist verwendete Verfahren zur Erfassung des Sensation Seeking Konstrukts, welches eine vierdimensionale Struktur aufweist.

Thrill and Adventure Seeking (TAS, Gefahr und Abenteuersuche): Beschreibt die Tendenz, sportliche und andere Aktivitäten, die Gefahr und Geschwindigkeit beinhalten, durchzuführen. Bsp.: Ich würde gern einmal versuchen, Fallschirm zu springen.

Experience Seeking (ES, Erfahrungssuche): Beschreibt die Suche von Erfahrungen durch nonkonformistischen Lebensstil und Reisen. Bsp.: Ich erkunde gern eine fremde Stadt, auch wenn ich mich verirren könnte.

Disinhibition (Dis, Enthemmung): Beschreibt die Tendenz zu sozial und sexuell enthemmtem Verhalten. Bsp.: Ich bin gern im Rauschzustand (durch Alkohol oder eine andere Droge).

Boredom Susceptibility (BS, Empfänglichkeit für Langeweile): Beschreibt die Abneigung gegen Wiederholungen und Routine. Bsp.: Meistens langweilt es mich, Filmwiederholungen zu sehen.

Jede Subskala besteht aus zehn Items, die anhand des Forced-Choice-Formates beantwortet werden. Dieses Antwortformat dient zur Kontrolle der sozialen Erwünschtheit. Der Ablauf des SSS-V, deutsche Fassung setzt sich aus einer Instruktionsphase und einer Testphase zusammen. In der Instruktionsphase wird der Proband darauf aufmerksam gemacht, dass er bei jedem Item die jeweilige Aussage (A oder B), die am ehesten auf ihn zutrifft auswählen soll. Bei der nachfolgenden Testphase werden die vierzig Items vorgegeben, wobei der Proband bei der Beantwortung jedes Items beliebig viel Zeit hat. Die durchschnittliche Dauer des gesamten SSS-V, deutsche Fassung beträgt ca. zehn Minuten. Zur Auswertung und Interpretation der Ergebnisse kann ein Gesamtscore und Scores für jede Subskala berechnet werden. Zudem steht eine Normtabelle zur Beurteilung der Werte zur Verfügung.

3.1.2.1 SSS-V deutsche Fassung (Beauducel, Brocke & Strobel, 1999)

Damit die Vergleichbarkeit der Ergebnisse international gegeben ist, lag der Schwerpunkt der Übersetzung an der Entwicklung einer deutschsprachigen

Fassung, die möglichst nahe am Original orientiert ist. Somit sind die zuvor beschriebenen Merkmale des Originals auch bei der deutschen Fassung gültig.

Psychometrische Eigenschaften der SSS-V deutsche Fassung

Obwohl die SSS-V das Standardinventar zur Erfassung des Sensation Seeking Merkmals ist, sind die psychometrischen Eigenschaften sowohl im Original als auch im Deutschsprachigen suboptimal (Beauducel & Brocke, 2003). Die interne Konsistenz für die Gesamtskala beträgt .82, für die Subskala Thrill and Adventure Seeking (TAS) .80, für Disinhibition (Dis) .69, für Experience Seeking (ES) .61 und für Boredom Susceptibility (BS) .46. Somit sind die Reliabilität der deutschen Fassung ähnlich wie die des Originals (Gesamtscore .83-.86, TAS .77-.82, ES .61-.67, Dis .74-.78, BS .56-.65). Sie sind für die Gesamtskala sowie für die Skalen TAS und DIS akzeptabel. Wohingegen die Reliabilitäten für ES und BS eher gering ausfallen (Beauducel, Strobel & Brocke, 2003).

3.1.3 Narcissistic Personality Inventory, deutsche Fassung (Deutsche Form des NPI, Schütz, Marcus & Sellin, 2004)

In der empirischen Persönlichkeitsforschung wird vor allem das NPI (Raskin & Hall, 1979, 1981; Raskin & Terry, 1988) verwendet. Dieses Inventar ist international verbreitet und gilt als das am besten validierte Verfahren zur Erfassung von Narzissmus als Persönlichkeitskonstrukt. Es dient zur Selbstbeurteilung verschiedenster Bereiche, die anhand vierzig Items im Forced-Choice-Format

abgefragt werden. Im Forced-Choice-Format wird zwischen einer extrem positiven, narzisstischen Alternative und einer „Normalalternative“ gewählt.

3.1.3.1 NPI, deutsche Fassung (Schütz, Marcus & Sellin, 2004)

Die deutschsprachige Fassung des NPI nach Raskin und Hall (1981) in der Fassung von Raskin und Terry (1988) entstand auf Basis von Übersetzung und Rückübersetzung inklusive Verfeinerungen. Im Gegensatz zum NPI von Raskin und Terry (1988) ergibt sich bei der deutschen Fassung von Schütz, Marcus und Sellin (2004) anstelle einer sieben faktoriellen Lösung eine sechs faktorielle Lösung. Dies kann auf kulturelle Unterschiede in der Iteminterpretation zurückgeführt werden. Die sechs Faktoren der deutschen Fassung des NPI bestehen aus Führungspersönlichkeit (Fp), Physische Eitelkeit (PE), Anspruch/Dominanz (A/D), Überheblichkeit/Überlegenheitsgefühl (Ü/Ü), Ehrgeiz/Führungswille (E/F) und Kompetenzüberzeugung (Kü). Der Ablauf des NPI, deutsche Fassung setzt sich aus einer Instruktionsphase und einer Testphase zusammen. In der Instruktionsphase wird der Proband darauf aufmerksam gemacht, dass er bei jedem Item die jeweilige Aussage (A oder B), die am ehesten auf ihn zutrifft auswählen soll. Bei der nachfolgenden Testphase werden die vierzig Items vorgegeben, wobei der Proband bei der Beantwortung jedes Items beliebig viel Zeit hat. Die durchschnittliche Dauer des gesamten NPI, deutsche Fassung beträgt ca. zehn Minuten. Zur Auswertung und Interpretation der Ergebnisse kann ein Gesamtscore und Scores für jede Subskala berechnet werden. Wobei die Autoren darauf aufmerksam machen, dass die Berechnung der Subscores nur dann sinnvoll ist, wenn für jeden Faktor die internen Konsistenzen ausreichend sind.

Psychometrische Eigenschaften des NPI, deutsche Fassung

Die Reliabilität der Gesamtskala kann als zufriedenstellend bezeichnet werden, da der Reliabilitätskoeffizient Cronbach α bei .82. liegt. Hingegen schwankt die interne Konsistenz bei den Subskalen zwischen .52 - .71. Darum soll bei Anwendung dieses Inventars darauf geachtet werden, dass vor allem der Gesamtscore zur Interpretation der Ergebnisse herangezogen werden soll. Ebenso gilt die Konstruktvalidität für die Gesamtskala als gegeben.

3.1.4 Fragebogen zu Tattooverhalten und Attraktivität (TVA, Schöberl, 2012)

Zur Beantwortung der Fragestellungen über das Tattooverhalten und die Attraktivitätsbeurteilung wurde der Fragebogen zum Tattooverhalten und Attraktivität (TVA) im Zuge der Diplomarbeit theorieabgeleitet entwickelt. Der TVA gliedert sich in drei Bereiche, wobei im ersten Abschnitt demographische Daten, wie Geschlecht, Alter, höchste abgeschlossene Ausbildung und derzeitiger Beruf erhoben werden. Zudem besteht die Möglichkeit, neben den vorgegebenen Ausbildungs- und Berufskategorien eine spezifische Angabe zu geben. Der nachfolgende Bereich besteht aus verschiedensten Fragen zum Tattooverhalten, wobei dieser Bereich lediglich den tätowierten Probanden vorgegeben wird. Die Probanden sollen das Alter des ersten Tattoos und die Anzahl der jetzigen Tattoos angeben. Zudem wird abgefragt ob sie ihre Tattoos bereuen. Falls sie das Tattoo bereuen, werden diese Probanden aus der statistischen Analyse ausgeschlossen, da sie keine objektive Sichtweise über ihr Tattoo haben. In Anlehnung an Kastner (2006) und Wohlrab et al (2007) wird das Hauptmotiv des größten Tattoos

abgefragt. Hierbei kann der Proband zwischen sieben Kategorien (Tribals/Symbole, Blumen/Tiere/Natur, Schriftzeichen, Old School - z. B. Anker, Herz, Stern, Portrait/Pin-Up, Totenköpfe/Skelette und Andere) wählen. Wobei aufgrund der auch möglichen höheren Tattooanzahl eine Mehrfachauswahl möglich ist. Weiters folgen die Angaben über die Lage und Größe der Tattoos. Die Lager der Tattoos wird anhand von acht Kategorien (Unterarm inkl. Hände, Oberarm, Rumpf, Kopf inkl. Nacken, Hüften und Gesäß, Oberschenkel, Unterschenkel inkl. Knöchel und Zehen und andere Körperstellen) ermittelt. Wie bei den Tattoomotiven ist auch hier eine Mehrfachauswahl möglich. Die Kategorien bilden sich aus der Theorieableitung von Drews et al (2000), Wohlrab et al (2007) und Stieger et al (2010). Zudem sollen die Probanden die Größe des Tattoos anhand von Prozenträngen angeben. Das bedeutet, die Probanden sollen selbst beurteilen, wie viel Prozent der angegebenen Körperstelle durch das Tattoo bedeckt sind. Die Prozentabfrage ist eine Weiterentwicklung der dreistufigen Ratingabfrage (1 = das Tattoo bedeckt die ganze angegebene Körperstelle, 2 = das Tattoo bedeckt die Hälfte der angegebenen Körperstelle und 3 = das Tattoo bedeckt einen kleinen Teil der angegebenen Körperstelle) von Stieger et al (2010). Die letzte Frage des tattoorelevanten Bereichs, die sich mit dem Motivationshintergrund beschäftigt, besteht aus elf Items. Jeweils fünf Items sollen die intrinsische (z.B. Ich ließ mich tätowieren um meine Individualität zu unterstreichen) sowie die extrinsische (z.B. ich ließ mich tätowieren, weil es gerade „In“ war) Motivation abfragen. Zudem gibt es noch ein Item zur selbstständigen Angabe eines anderen Grundes. Die Items werden anhand einer sechsstufigen Ratingskala (1 = Trifft sehr zu, 2 = Trifft zu, 3 = Trifft etwas zu, 4 = Trifft eher nicht zu, 5 = Trifft nicht zu und 6 = Trifft gar nicht zu) beantworten. Die Auswahl der Items erfolgte in Anlehnung an die Theorie von Frederick und Bradley

(2000). Der dritte und letzte Bereich des TVA, der an alle Probanden vorgelegt wird, dient der Attraktivitätsbeurteilung. Der Proband soll anhand von zehn Adjektiven, die als Charaktermerkmale fungieren, die Gruppe der tätowierten Männer, nicht-tätowierten Männer, tätowierten Frauen und nicht tätowierten Frauen beurteilen. Dies erfolgt mittels sechsstufiger Ratingskala (1 = Trifft sehr zu, 2 = Trifft zu, 3 = Trifft etwas zu, 4 = Trifft eher nicht zu, 5 = Trifft nicht zu und 6 = Trifft gar nicht zu). Die zehn Adjektive sind die sozialpsychologisch bedeutendsten und aussagekräftigsten Charaktermerkmale des „Was schön ist, ist gut“ Stereotyps von Eagly et al (1991) und Feingold (1992). Der Ablauf des TVA setzt sich aus einer Instruktionsphase und einer Testphase zusammen. In der Instruktionsphase wird der Proband darauf aufmerksam gemacht, dass es keine richtigen oder falschen Antworten gibt, da es um persönliche Einstellungen und persönliches Verhalten geht. Bei der nachfolgenden Testphase werden die Items vorgegeben, wobei der Proband bei der Beantwortung jedes Items beliebig viel Zeit hat. Die durchschnittliche Dauer des gesamten TVA beträgt zirka zehn Minuten.

Psychometrische Eigenschaften des TVA

Zum jetzigen Zeitpunkt liegen noch keine Daten zu den Gütekriterien vor, da diese im Zuge der statistischen Datenanalyse erhoben werden.

3.2 Beschreibung der Stichprobe

Um mit dem Grundkonsens der Dauerhaftigkeit des Body Modifications einherzugehen, beschränkt sich die Stichprobe im Gegensatz zu Vorgängerstudien

wie z.B. von Frederick und Bradley (2000) oder Tate und Shelton (2008) – die sich mit Tattoos und Piercings beschäftigten – nur mit Tattoos. Obwohl einige Untersuchungsteilnehmer auch andere Formen des Body Modifications aufwiesen, konzentriert sich diese Untersuchung nur auf die Form des Tätowierens. Dies soll eine eindeutige Beantwortung der Fragestellung ermöglichen, da sich die unterschiedlichen Formen doch etwas in ihren Grundkomponenten unterscheiden. Damit sich keine Klumpenstichprobe ergibt, wurde darauf geachtet, dass die Stichprobe die Population möglichst gut repräsentiert. Dafür wurde im Gegensatz zu Vorgängerstudien wie z. B. von Wohlrab et al (2007, 2009) darauf geachtet, dass nicht nur Studenten für die Untersuchung herangezogen werden.

3.2.1 Größe der Stichprobe

Die Zufallsstichprobe setzt sich aus einer Experimental- und Kontrollgruppe zusammen. Die Größe beträgt insgesamt ein hundertzwanzig Probanden, wobei die Experimentalgruppe sechzig tätowierte und die Kontrollgruppe sechzig nicht-tätowierte Personen beinhaltet. Zur Beantwortung der geschlechtsspezifischen Fragestellungen, gliedern sich die Stichprobengruppen nochmals in tätowierte Männer und Frauen und nicht-tätowierte Männer und Frauen.

3.2.2 Rekrutierung der Stichprobe

Da Tattoos ab einem Alter von achtzehn Jahren erlaubt sind, wurde vorweg darauf geachtet, dass nur Probanden ab einem Alter von achtzehn Jahren an der Studie teilnehmen.

Die Rekrutierung der Stichprobe fand während der Bearbeitung der Diplomarbeit statt. Dabei wurden Bekannte, Freunde, Studien- und Arbeitskollegen rekrutiert. Zudem ergab sich eine Zusammenarbeit mit dem KH Ried im Innkreis und der HTL Salzburg. Die Zusammenarbeit bestand darin, dass die Teilnahme an der Studie dort promotet und ermöglicht wurde. Weiters unterstützten mich die Tattoomodels Graz bei der Rekrutierung der Probanden. Somit ergab sich der Stichprobenumfang von einhundert zwanzig Probanden innerhalb eines Monats.

3.2.3 Ausschluss aus der Stichprobe

Aufgrund der Angabe, dass sie das Tattoo bereuen, mussten fünf Personen ausgeschlossen werden. Sechs Probanden füllten die Fragebögen unvollständig aus. Diese wurden ebenfalls von der endgültigen Stichprobe von einhundert zwanzig entfernt. Weiters mussten nochmals acht Probanden ausgeschlossen werden, da sie sich bei der Befragung im achtzehnten Lebensjahr befanden. Somit wurden insgesamt neunzehn Probanden aus der Datenanalyse entfernt.

3.3 Beschreibung der Untersuchungsdurchführung

Die Fragebögen wurden in derselben Reihenfolge wie im Kapitel 4.1. Beschreibung der Untersuchungsinstrumente vorgegeben. Vor jedem Fragebogenkatalog gab es eine Danksagung und kurze Erklärung zur Untersuchung sowie die Vergabe eines Codes, damit die Anonymität gewahrt bleibt. Der Code bestand aus dem Anfangsbuchstaben des Namens der Mutter, dem

Anfangsbuchstaben des Namens des Vaters, dem Anfangsbuchstaben des eigenen Namens und den letzten zwei Ziffern des eigenen Geburtsjahres.

Aufgrund technischer Probleme wurde die Untersuchung, die zirka vierzig Minuten dauerte, in der Paper-Pencil Methode durchgeführt. Da die Umgebung nicht im kontrollierten Raum stattfinden musste, konnten die Probanden die Fragebögen in ihrer natürlichen Umgebung ausfüllen. Den Bekannten, Freunden, Studien- und Arbeitskollegen wurde der Fragebogen privat ausgehändigt und abgeholt. Im KH Ried im Inkreis sowie in der HTL Salzburg wurden die Fragebögen aufgelegt. Für die Abgabe der ausgefüllten Fragebögen wurden Boxen aufgestellt. Die meisten Probanden, die von den Tattoomodells Graz angeworben wurden, bekamen den Fragebogen per Mail zugesandt. Bei der Rücksendung des ausgefüllten Fragebogens wurde nochmals darauf hingewiesen, dass die Daten sofort ausgedruckt werden und das digitale Dokument gelöscht wird.

4 ERGEBNISSE

Die Datenanalyse zur Beantwortung der Fragestellungen wurde mittels des Statistikprogramms SPSS 19.0 (englische Version) erhoben. Das Signifikanzniveau wurde mit $\alpha = .05$ festgelegt. Die Ermittlung der korrekten Verfahren erfolgte mit den Büchern von Bortz und Döring (2006), Bühner und Ziegler (2009) und Bühner (2011).

Nachfolgend werden die Fragestellungen und deren Ergebnisse systematisch aufbereitet. Zudem werden einige Daten zur Testkonstruktion des TVA (Schöberl, 2012) dargelegt. Diese Daten sind Voraussetzung für die Beantwortung der tattoospezifischen Fragestellungen. Wie erwähnt handelt es sich bei der

wissenschaftlichen Arbeit um eine Grundlagenforschung im Bereich des Body Modifications. Darum werden die literaturkonformen und nicht-literaturkonformen Ergebnisse aufbereitet und im nächsten Kapitel, der Diskussion, behandelt.

4.1 Stichprobendeskription

Die Stichprobe besteht aus sechzig Männern und sechzig Frauen, wobei jeweils dreißig Männer und Frauen tätowiert sind bzw. nicht tätowiert sind. Somit können die demographischen Daten allgemein und differenziert – für die Gruppe der Tätowierten und Nicht-Tätowierten sowie für Männer und Frauen – betrachtet werden.

Das Alter der Gesamtstichprobe reicht von 18 – 52 Jahren, wobei 56 % (N = 67) der Gesamtstichprobe (N = 120) zwischen 18 und 25 Jahre alt ist. Das Durchschnittsalter beträgt 27,56 Jahre (N = 120). 30 % (N = 36) der Gesamtstichprobe (N = 120) haben einen AHS/BHS und 25 % (N = 25) einen Lehrabschluss. 47 % (N = 56) befinden sich derzeit in einem angestellten Dienstverhältnis und 36 % (N = 43) absolvieren derzeit eine Ausbildung. Das Durchschnittsalter der tätowierten Stichprobe (N = 60) liegt bei 27,30 Jahre. 33 % (N = 20) der tätowierten Stichprobe (N = 60) haben einen Lehr- und jeweils 23 % (N = 14) einen Fachschul- oder AHS/BHS Abschluss. 49 % (N = 29) befinden sich derzeit in einem angestellten Dienstverhältnis und 30 % (N = 18) in einer Ausbildung. 60 % (N = 36) der tätowierten Stichprobe (N = 60) waren bei ihrem ersten Tattoo zwischen 12 und 19 Jahre und 70 % (N = 42) besitzen bis zu drei Tattoos. Das Durchschnittsalter der nicht-tätowierten Stichprobe (N = 60) liegt bei 27,82 Jahre. 37 % (N = 22) der nicht-tätowierten Stichprobe (N = 60) haben einen AHS/BHS und 22

% (N = 22) einen UNI/FH Abschluss. 45 % (N = 27) befinden sich derzeit in einem angestellten Dienstverhältnis und 42 % (N = 25) in einer Ausbildung.

4.2 Ergebnisse und Befunde zu den Fragestellungen aus dem Bereich der Persönlichkeitspsychologie

Wie im Kapitel 3.8.1. beschrieben, befinden sich in diesem Kapitel drei verschiedene Gruppen von Fragestellungen, die sich mit der Persönlichkeitspsychologie befassen. Für die Datenanalyse in diesem Kapitel wurde eine Serie von ANOVA's – univariate, mehrfaktorielle Varianzanalyse mit einem 2 (Geschlecht) x 2 (Tattoostatus) Design - als statistisches Verfahren herangezogen.

4.2.1 Ergebnisse und Befunde zu den Fragestellungen der Big Five

Dieses Kapitel beinhaltet sechs Big-Five spezifische Fragestellungen. Die erste Fragestellung befasst sich mit Ausprägungsunterschiede der Big Five Faktoren zwischen tätowierten Männern und Frauen und nicht-tätowierten Männern und Frauen. Die weiterführenden Big-Five Fragestellungen befassen sich mit den Unterschieden zwischen tätowierten Männern und Frauen und nicht-tätowierten Männern und Frauen in den Subskalen der jeweiligen Big-Five-Faktoren.

4.2.1.1 Big Five - Emotionale Stabilität, Extraversion, Offenheit, Gewissenhaftigkeit und Verträglichkeit

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalysen für die einzelnen Big Five Faktoren ergaben keine signifikanten Ergebnisse für den Faktor Emotionale Stabilität $F_{(3,116)} = .95$, $p = ns$, $\eta^2 = .024$. Der Big Five Faktor Extraversion weist einen signifikanten Haupteffekt zwischen den Gruppen auf $F_{(1,116)} = 14.39$, $p = .001$, $\eta^2 = .110$. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 1.76$, $p = ns$, $\eta^2 = .015$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .03$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ war nicht signifikant. Der Big Five Faktor Offenheit ergab einen signifikanten Haupteffekt für die Gruppen $F_{(1, 116)} = 10.7$, $p = .001$, $\eta^2 = .084$ und für den Haupteffekt Geschlecht $F_{(1, 116)} = 25.33$, $p = .001$, $\eta^2 = .179$. Die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .25$, $p = ns$, $\eta^2 = .002$ war nicht signifikant. Für den Big Five Faktor Gewissenhaftigkeit $F_{(1, 116)} = 1.55$, $p = ns$, $\eta^2 = .039$. und Verträglichkeit $F_{(1, 116)} = 2.20$, $p = ns$, $\eta^2 = .054$ ergaben sich keine signifikanten Effekte.

Tabelle 1 zeigt die Gruppen- und Geschlechtswerte der Big Five Faktoren, wobei die signifikanten Ergebnisse hervorgehoben wurden. Tätowierte Personen zeigen im Vergleich zu nicht-tätowierten Personen, eine höhere Ausprägung im Faktor Extraversion und Offenheit. Zusätzlich weisen Frauen eine höhere Ausprägung des Faktors Offenheit auf als Männer.

Tabelle 1

Mittelwerte der Big Five Faktoren (Standardabweichung in Klammern)

	Gruppe		Geschlecht	
	Tätowierte	Nicht-Tätowierte	Männer	Frauen
Emotionale Stabilität	2.89 (.53)	2.82 (.46)	2.92 (.45)	2.79 (.54)
Extraversion	2.93 (.45)	2.6 (.49)	2.82 (.51)	2.71 (.49)
Offenheit	3.31 (.55)	3.01 (.56)	2.93 (.60)	3.39 (.44)
Gewissenhaftigkeit	3.32 (.42)	3.32 (.39)	3.25 (.44)	3.39 (.38)
Verträglichkeit	3.12 (.52)	3.11 (.37)	3.03 (.50)	3.19 (.39)

Anmerkung. Fettgedruckte Mittelwerte weisen eine Signifikanz ($p = .05$) auf.

4.2.1.2 Emotionale Stabilität – Unbekümmertheit, Gelassenheit, positive Grundstimmung, soziale Selbstsicherheit, Selbstbeherrschung und emotionale Robustheit

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalysen für die Subskalen des Big Five Faktors Emotionale Stabilität ergaben keine signifikanten Ergebnisse für die Subskala Unbekümmertheit $F_{(3,116)} = 2.40$, $p = ns$, $\eta^2 = .058$. Ebenso weisen die Subskalen Gelassenheit $F_{(3,116)} = 2.29$, $p = ns$, $\eta^2 = .056$, positive Grundstimmung $F_{(3,116)} = 1.90$, $p = ns$, $\eta^2 = .047$ und soziale Selbstsicherheit $F_{(3,116)} = 2.29$, $p = ns$, $\eta^2 = .056$ keine signifikanten Unterschiede zwischen tätowierten Männern und Frauen und nicht-tätowierten Männern und

Frauen auf. Bei der Subskala Selbstbeherrschung ergab sich ein signifikanter Haupteffekt für das Geschlecht $F_{(1,116)} = 10.81$, $p = .001$, $\eta^2 = .085$. Der Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = .05$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .01$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ waren nicht signifikant. Die Subskala emotionale Robustheit $F_{(3,116)} = 2.56$, $p = ns$, $\eta^2 = .062$ weist keine signifikanten Ergebnisse auf.

Männer ($M = 2.74$, $SD = .45$) weisen im Mittel eine höhere Selbstbeherrschung auf als Frauen ($M = 2.46$, $SD = .49$). Es zeigt sich die Tendenz, dass nicht-tätowierte Männer ($M = 3.00$, $SD = .55$) und tätowierte Frauen ($M = 3.03$, $SD = .47$) unbekümmerter sind als tätowierte Männer ($M = 2.73$, $SD = .54$) und nicht tätowierte Frauen ($M = 2.87$, $SD = .38$). Eine weitere Tendenz ist, dass nicht-tätowierte Männer ($M = 3.01$, $SD = .48$) und tätowierte Frauen ($M = 3.02$, $SD = .52$) gelassener sind als tätowierte Männer ($M = 2.73$, $SD = .56$) und nicht tätowierte Frauen ($M = 2.89$, $SD = .34$). Tendenziell haben Frauen ($M = 3.27$, $SD = .39$) eine positivere Grundstimmung als Männer ($M = 3.10$, $SD = .52$) und Männer ($M = 2.85$, $SD = .47$) sind emotional robuster als Frauen ($M = 2.63$, $SD = .48$).

4.2.1.3 Extraversion – Freundlichkeit, Geselligkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Tatendrang, Abenteuerlust und Fröhlichkeit

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalysen für die Subskalen des Big Five Faktors Extraversion ergaben keine signifikanten Ergebnisse für die Subskala Freundlichkeit $F_{(3,116)} = 2.29$, $p = ns$, $\eta^2 = .056$ und Geselligkeit $F_{(3,116)} = 1.84$, $p = ns$, $\eta^2 = .045$. Bei der Subskala Durchsetzungsfähigkeit ergab sich ein signifikanter Haupteffekt für das Geschlecht $F_{(1,116)} = 19.91$, $p = .001$, $\eta^2 = .147$. Der Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = .71$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .01$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ waren nicht signifikant.

= .006 sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .52$, $p = ns$, $\eta^2 = .004$ waren nicht signifikant. Die Subskala Tatendrang $F_{(3,116)} = 2.66$, $p = ns$, $\eta^2 = .064$ weist keine signifikanten Unterschiede zwischen tätowierten Männern und Frauen und nicht-tätowierten Männern und Frauen auf. Bei der Subskala Abenteuerlust ergab sich ein signifikanter Haupteffekt für das Geschlecht $F_{(1,116)} = 12.47$, $p = .001$, $\eta^2 = .097$. Der Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 3.76$, $p = ns$, $\eta^2 = .031$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .05$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ waren nicht signifikant. Dazu zeigen sich in der Subskala Fröhlichkeit signifikante Ergebnisse für den Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 10.61$, $p = .001$, $\eta^2 = .084$ und Geschlecht $F_{(1,116)} = 10.61$, $p = .001$, $\eta^2 = .084$. Die Interaktion Gruppe-Geschlecht $F_{(1,116)} = 1.15$, $p = ns$, $\eta^2 = .010$ war nicht signifikant.

Männer ($M = 2.97$, $SD = .41$) sind durchsetzungsfähiger als Frauen ($M = 2.60$, $SD = .49$) und Frauen ($M = 3.21$, $SD = .39$) abenteuerlustiger als Männer ($M = 2.92$, $SD = .50$). Weiters sind Frauen ($M = 3.22$, $SD = .49$) fröhlicher als Männer ($M = 2.89$, $SD = .63$). Ebenso sind tätowierte Personen ($M = 3.22$, $SD = .54$) fröhlicher als nicht-tätowierte Personen ($M = 2.89$, $SD = .59$). Es zeigt sich die Tendenz, dass tätowierte Personen ($M = 2.92$, $SD = .42$) freundlicher sind als nicht-tätowierte Personen ($M = 2.70$, $SD = .48$). Eine weitere Tendenz ist, dass nicht-tätowierte Männer ($M = 2.88$, $SD = .45$) und tätowierte Frauen ($M = 2.91$, $SD = .35$) geselliger sind als tätowierte Männer ($M = 2.70$, $SD = .47$) und nicht tätowierte Frauen ($M = 2.76$, $SD = .34$). Tendenziell verspüren Männer ($M = 2.85$, $SD = .34$) einen höheren Tatendrang als Frauen ($M = 2.69$, $SD = .37$).

4.2.1.4 Offenheit – Offenheit für Phantasie, Offenheit für Ästhetik, Offenheit für Gefühle, Offenheit für Handlungen, Offenheit für Ideen und Offenheit des Werte- und Normsystems

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalysen für die Subskalen des Big Five Faktors Offenheit ergaben signifikante Ergebnisse für Subskala Offenheit für Phantasie $F_{(3,116)} = 7.85$, $p = .001$, $\eta^2 = .169$. Demnach ergab sich ein signifikanter Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 17.06$, $p = .001$, $\eta^2 = .128$. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 3.89$, $p = ns$, $\eta^2 = .032$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = 2.58$, $p = ns$, $\eta^2 = .022$ waren nicht signifikant. Die Subskala Offenheit für Ästhetik $F_{(3,116)} = 2.46$, $p = ns$, $\eta^2 = .060$ und die Subskala Offenheit für Gefühle $F_{(3,116)} = 1.78$, $p = ns$, $\eta^2 = .044$ weisen keine signifikanten Unterschiede zwischen tätowierten Männern und Frauen und nicht-tätowierten Männern und Frauen auf. Bei der Subskala Offenheit für Handlungen ergab sich ein signifikanter Haupteffekt für die Gruppe $F_{(1,116)} = 16.51$, $p = .001$, $\eta^2 = .125$. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 2.10$, $p = ns$, $\eta^2 = .018$ und die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .51$, $p = ns$, $\eta^2 = .004$ waren nicht signifikant. Die Subskala Offenheit für Ideen weist einen signifikanten Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 15.27$, $p = .001$, $\eta^2 = .116$ auf. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = .17$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$, sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .01$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ waren nicht signifikant. Bei der sechsten Subskala Offenheit des Werte- und Normsystems ergab sich ein signifikanter Haupteffekt der Gruppe $F_{(1,116)} = 10.91$, $p = .001$, $\eta^2 = .086$. Nicht signifikant waren der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = .04$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ und die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .85$, $p = ns$, $\eta^2 = .007$.

Tabelle 2 zeigt die Gruppen- und Geschlechtswerte der Subskalen des Big Five Faktors Offenheit, wobei die signifikanten Ergebnisse hervorgehoben wurden. Tätowierte Personen sind im Vergleich zu nicht-tätowierten Personen, offener für Phantasie, Handlungen, Ideen und Werte- und Normsystem. Zudem sind tätowierte Personen tendenziell offener für Ästhetik und Gefühle als nicht-tätowierte Personen.

Tabelle 2

Mittelwerte der Subskalen des Big Five Faktors „Offenheit“ (Standardabweichung in Klammern)

	Gruppe		Geschlecht	
	Tätowierte	Nicht-Tätowierte	Männer	Frauen
Offenheit für Phantasie	3.17 (.43)	2.84 (.48)	2.92 (.50)	3.09 (.46)
Offenheit für Ästhetik	3.01 (.54)	2.73 (.67)	2.93 (.61)	2.81 (.62)
Offenheit für Gefühle	3.32 (.43)	3.14 (.42)	3.22 (.40)	3.24 (.46)
Offenheit für Handlungen	3.13 (.36)	2.86 (.36)	2.95 (.39)	3.05 (.38)
Offenheit für Ideen	3.29 (.48)	2.92 (.53)	3.12 (.57)	3.08 (.50)
Offenheit des Werte- und Normsystems	2.86 (.61)	2.49 (.59)	2.67 (.65)	2.69 (.61)

Anmerkung. Fettgedruckte Mittelwerte weisen eine Signifikanz ($p = .05$) auf.

4.2.1.5 Gewissenhaftigkeit – Kompetenz, Ordnungsliebe, Pflichtbewusstsein, Ehrgeiz, Disziplin und Bedachtsamkeit

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalysen für die Subskalen des Big Five Faktors Gewissenhaftigkeit ergaben keine signifikanten Ergebnisse für die Subskala Kompetenz $F_{(3,116)} = 2.13$, $p = ns$, $\eta^2 = .052$, „Ordnungsliebe“ $F_{(3,116)} = 2.09$, $p = ns$, $\eta^2 = .051$ und Pflichtbewusstsein $F_{(3,116)} = 1.32$, $p = ns$, $\eta^2 = .033$. Bei der Subskala Ehrgeiz ergab sich ein signifikanter Haupteffekt der Gruppe $F_{(1,116)} = 15.57$, $p = .001$, $\eta^2 = .118$. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 1.43$, $p = ns$, $\eta^2 = .012$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .61$, $p = ns$, $\eta^2 = .005$ weisen keine signifikanten Ergebnisse auf. In der Subskala Disziplin ergab sich ein signifikanter Haupteffekt für die Gruppe $F_{(1,116)} = 12.34$, $p = .001$, $\eta^2 = .096$, wobei der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 1.92$, $p = ns$, $\eta^2 = .016$ und die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .48$, $p = ns$, $\eta^2 = .004$ nicht signifikant waren. Die Subskala Bedachtsamkeit $F_{(3,116)} = .44$, $p = ns$, $\eta^2 = .011$ weist keine signifikanten Unterschiede zwischen tätowierten Männern und Frauen und nicht-tätowierten Männern und Frauen auf.

Tätowierte Personen ($M = 3.13$, $SD = .39$) sind ehrgeiziger als nicht-tätowierte Personen ($M = 2.88$, $SD = .33$) außerdem sind tätowierte Personen ($M = 3.13$, $SD = .37$) disziplinierter als nicht-tätowierte Personen ($M = 2.90$, $SD = .37$). Es zeigt sich die Tendenz, dass tätowierte Personen ($M = 3.20$, $SD = .44$) kompetenter sind als nicht-tätowierte Personen ($M = 2.98$, $SD = .48$). Des Weiteren sind tätowierte Personen ($M = 3.28$, $SD = .41$) ordnungsliebender als nicht-tätowierte Personen ($M = 3.10$, $SD = .37$).

4.2.1.6 Verträglichkeit – Vertrauensbereitschaft, Aufrichtigkeit, Hilfsbereitschaft, Entgegenkommen, Bescheidenheit und Gutmütigkeit

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalysen für die Subskalen des Big Five Faktors Verträglichkeit ergaben keine signifikanten Ergebnisse für die Subskala Vertrauensbereitschaft $F_{(3,116)} = .73$, $p = ns$, $\eta^2 = .018$, Aufrichtigkeit $F_{(3,116)} = 1.62$, $p = ns$, $\eta^2 = .040$, Hilfsbereitschaft $F_{(3,116)} = 1.32$, $p = ns$, $\eta^2 = .033$, Entgegenkommen $F_{(3,116)} = 1.21$, $p = ns$, $\eta^2 = .030$, Bescheidenheit $F_{(3,116)} = .46$, $p = ns$, $\eta^2 = .012$ und Gutmütigkeit $F_{(3,116)} = 1.62$, $p = ns$, $\eta^2 = .040$.

4.2.2 Ergebnisse und Befunde zu den Sensation Seeking Fragestellungen

Zum Thema Sensation Seeking und Body Modification ergaben sich zwei Fragestellungen. Zu Beginn werden die Ergebnisse und Befunde über die Gesamtskala in Bezug auf tätowierte Männer und Frauen und nicht-tätowierten Männern und Frauen dargelegt. Anschließend werden die vier Subskalen differenziert betrachtet.

4.2.2.1 Gesamtskala des Sensation Seeking Persönlichkeitsmerkmals

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariate mehrfaktorielle Varianzanalyse für die Gesamtskala Sensation Seeking erlangte signifikante Ergebnisse für den Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 6.22$, $p = .014$, $\eta^2 = .051$, keine signifikanten Ergebnisse für den Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 2.20$, $p = ns$, $\eta^2 = .019$ und eine signifikante Gruppe-Geschlecht-Interaktion $F_{(1,116)} = 6.79$, $p = .010$, $\eta^2 = .055$.

Demzufolge weisen tätowierte Personen ($M = 21.83$, $SD = 7.05$) eine höhere Ausprägung des Sensation Seeking Merkmals auf als nicht-tätowierte Personen ($M = 18.87$, $SD = 6.34$). Des Weiteren zeigt sich, dass tätowierte Männer ($M = 24.27$, $SD = 6.51$) höhere Sensation Seeker sind als tätowierte Frauen ($M = 19.40$, $SD = 6.82$), nicht-tätowierte Männer ($M = 18.20$, $SD = 6.16$) und nicht-tätowierte Frauen ($M = 19.53$, $SD = 6.55$). Tätowierte Frauen ($M = 19.40$, $SD = 6.82$) sind höhere Sensation Seeker als nicht-tätowierte Männer ($M = 18.20$, $SD = 6.16$) und niedrigere Sensation Seeker als nicht-tätowierte Frauen ($M = 19.53$, $SD = 6.55$).

4.2.2.2 Subskalen des Sensation Seeking Persönlichkeitsmerkmals

Die 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariate mehrfaktorielle Varianzanalyse für die Subskala des Sensation Seeking Merkmals ergaben keine signifikanten Ergebnisse für die Subskala Thrill and Adventure Seeking $F_{(3,116)} = 2.04$, $p = ns$, $\eta^2 = .050$. Bei der Subskala Disinhibition zeigt sich ein signifikanter Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 7.42$, $p = .007$, $\eta^2 = .060$ und ein signifikanter Haupteffekt für Geschlecht $F_{(1,116)} = 9.69$, $p = .002$, $\eta^2 = .077$, wobei die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .09$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ nicht signifikant ist. Die Subskala Experience Seeking weist einen signifikanten Haupteffekt für die Gruppe auf $F_{(1,116)} = 6.36$, $p = .013$, $\eta^2 = .052$. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = .12$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ sowie die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = 3.33$, $p = ns$, $\eta^2 = .028$ sind nicht signifikant. Die Subskala Boredom Susceptibility weist signifikante Unterschiede zwischen tätowierten und nicht-tätowierten Personen auf $F_{(1,116)} = 5.52$, $p = .020$, $\eta^2 = .045$, keine signifikanten Unterschiede zwischen Männern und Frauen $F_{(1,116)} = .00$, $p =$

ns, $\eta^2 = .001$ und signifikante Unterschiede in der Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = 11.08$, $p = .001$, $\eta^2 = .07$.

Tabelle 3 zeigt die Gruppen- und Geschlechtswerte der Subskalen des Merkmals Sensation Seeking, wobei die signifikanten Ergebnisse hervorgehoben wurden. Tätowierte Personen und Männer generell sind im Vergleich zu nicht-tätowierten Personen und Frauen generell, in der Subskala Disinhibition höher ausgeprägt. Tätowierte Personen erwiesen sich als höhere Experience Seeker als nicht-tätowierte Personen. Eine höhere Ausprägung des Merkmals Boredom Susceptibility ergab sich im Gegensatz zu nicht-tätowierten bei tätowierten Personen. Dazu zeigt sich, dass tätowierte Frauen ($M = 3.63$, $SD = 1.45$) im Merkmal Boredom Susceptibility höher ausgeprägt sind als nicht-tätowierte Männer ($M = 2.83$, $SD = 1.66$), niedriger ausgeprägt als nicht-tätowierte Frauen ($M = 3.97$, $SD = 2.43$) und tätowierte Männer ($M = 4.77$, $SD = 1.77$). Nicht-tätowierte Männer ($M = 2.83$, $SD = 1.66$) sind im Merkmal Boredom Susceptibility niedriger ausgeprägt als nicht-tätowierte Frauen. Außerdem zeigt sich tendenziell, dass tätowierte Männer ($M = 7.17$, $SD = 2.59$) höhere Thrill and Adventure Seeker sind als tätowierte Frauen ($M = 5.47$, $SD = 2.99$) und generell nicht-tätowierte Personen ($M = 6.28$, $SD = 2.80$). Tätowierte Frauen ($M = 5.47$, $SD = 2.99$) sind tendenziell geringere Sensation Seeker als nicht-tätowierte Personen ($M = 6.28$, $s = 2.80$). Außerdem sind nicht-tätowierte Frauen ($M = 6.57$, $SD = 2.65$) tendenziell höhere Sensation Seeker als nicht-tätowierte Männer ($M = 6.00$, $SD = 2.97$).

Tabelle 3

Mittelwerte der Subskalen des Merkmals „Sensation Seeking“ (Standardabweichung in Klammern)

	Gruppe		Geschlecht	
	Tätowierte	Nicht-Tätowierte	Männer	Frauen
Thrill and Adventure Seeking	6.32 (2.90)	6.28 (2.80)	6.58 (2.82)	6.02 (2.85)
Disinhibition	5.23 (2.55)	4.07 (2.29)	5.32 (2.43)	3.98 (2.37)
Experience Seeking	6.08 (2.29)	5.12 (1.91)	5.53 (2.10)	5.67 (2.23)
Boredom Susceptibility	4.20 (1.70)	3.40 (2.14)	3.80 (1.96)	3.80 (1.99)

Anmerkung. Fettgedruckte Mittelwerte weisen eine Signifikanz ($p = .05$) auf.

4.2.3 Ergebnisse und Befunde zur Narzissmus Fragestellung

Zum Thema Narzissmus als Persönlichkeitsmerkmal ergab sich eine Fragestellung, die ebenfalls mit einer 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalyse berechnet wurde. Dabei ergaben sich signifikante Ergebnisse für den Haupteffekt Gruppe $F_{(1,116)} = 4.42$, $p = .038$, $\eta^2 = .037$ und für den Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = 5.46$, $p = .021$, $\eta^2 = .045$. Die Gruppe-Geschlecht Interaktion $F_{(1,116)} = .02$, $p = ns$, $\eta^2 = .001$ war nicht signifikant.

Im Vergleich zu tätowierten Personen ($M = 24.42$, $SD = 6.32$) verfügen nicht-tätowierte Personen ($M = 26.82$, $SD = 6.36$) über eine höhere Ausprägung des

Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus. Außerdem sind Frauen ($M = 26.95$, $SD = 6.25$) narzisstischer veranlagt als Männer ($M = 24.28$, $SD = 6.37$).

4.3 Ergebnisse und Befunde zu den Fragestellungen aus dem tattoospezifischen Bereich

Wie im Kapitel 3.8.2 beschrieben, befinden sich in diesem Absatz drei verschiedene Fragestellungen, die sich mit tattoospezifischen Gegebenheiten befassen. Vorausgehend für die Beantwortung der Fragestellung und Ergebnisermittlung wurden testkonstruktive Datenanalysen durchgeführt. Daraus lässt sich schließen, ob die Fragestellung weiter behandelt werden kann oder ob der Fragebogen modelliert werden muss, um präzise Daten zu ermitteln. Zur Lesbarkeit der Ergebnisse, wird darauf hingewiesen, dass bei den Ratingskalen des TVAs niedrigere Mittelwerte eine höhere Zustimmung bedeuten!

4.3.1 Ergebnisse und Befunde zur Testkonstruktion des motivationsspezifischen Abschnittes im TVA

Das Gütekriterium der Objektivität ist gegeben, da sowohl die Durchführung, Auswertung und Interpretation des TVA standardisiert ist. Für die Durchführung des Fragebogens liegt eine schriftliche Instruktion vor, in der die Versuchsteilnehmer zu Beginn auf wesentliche Informationen zur korrekten Bearbeitung aufmerksam gemacht werden. Durch die schriftliche Instruktion ist eine standardisierte Durchführung für jeden Teilnehmer gewährleistet. Für die Auswertung sowie Interpretation liegt ein schriftliches Auswertungs- und Interpretationsschema vor.

Dadurch ist es möglich, dass verschiedene Versuchsleiter die gleichen Punktwerte eines Probanden ermitteln und die Daten weiter verarbeiten können.

In Tabelle 4 sind deskriptiv statistische Werte der zehn motivationspezifischen Items dargestellt. Das Item zur Selbstdarstellung ($M = 2.40$, $SD = 1.64$) weist den geringsten und das Item zur Mode ($M = 5.37$, $SD = 1.12$) den höchsten Mittelwert auf. Die Varianz der Items reicht von 1.25 bis 3.40. Die Itemschwierigkeit reicht von 2.28 bis .87.

Tabelle 4

Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der motivationspezifischen Items des TVA

	M	SD	Varianz	Item- schwierigkeit
Gemeinschaftliche Bindung stärken	5.02	1.72	2.97	.80
Auffallen	4.55	1.60	2.56	.71
Neue Erfahrung	3.47	1.65	2.73	.49
Selbstdarstellung	2.40	1.64	2.73	.28
Lebensabschnitt	2.70	1.92	3.70	.34
Schockieren	5.07	1.36	1.86	.81
Individualität unterstreichen	2.63	1.46	2.13	.33
Mode	5.37	1.12	1.25	.87
Rebellion	4.82	1.60	2.56	.76
Speziell und Einzigartig	3.30	1.84	3.40	.46

Anmerkung. Niedrigere Mittelwerte bedeuten eine höhere Zustimmung und umgekehrt.

Neben der Auswahl dieser Items konnten die Probanden ihre eigenen Motivationsgründe angeben. Vier Probanden gaben an, dass sie sich tätowieren ließen, weil es ihnen gefällt. Jeweils ein Proband gab an, dass es Kunst am Körper ist, dass das derzeitige Tattoo ein altes überdecken sollte und dass die Tattoos die Leidenschaft darstellen.

Das Kaiser-Meyer-Olkin Kriterium von .59 und der signifikante Bartlett Test mit $p = .001$ erlauben die Berechnung von Faktorenanalysen. In der Varimax Hauptkomponentenanalyse ergaben sich laut Kaiser Kriterium und Screeplot vier Faktoren, welche 71 % der Gesamtvarianz aufklären.

Tabelle 5

Rotierte Komponentenmatrix

	Faktor 1	Faktor 2	Faktor 3	Faktor 4
Selbstdarstellung	.830	.007	.251	-.096
Individualität unterstreichen	.876	.052	.002	.150
Speziell und Einzigartig	.645	.296	-.275	.178
Auffallen	.367	.685	.208	.008
Schockieren	.140	.821	.058	-.043
Rebellion	-.142	.774	-.147	.263
Gemeinschaftliche Bindung stärken	-.009	.138	.776	-.006
Lebensabschnitt	.073	-.077	.807	.180
Neue Erfahrung	.073	.368	.237	.699
Mode	.093	-.071	.012	.917

Anmerkung. Fettgedruckte Werte weisen die höchste Ladung eines Items mit dem jeweiligen Faktor auf.

Tabelle 5 stellt die Faktorenstruktur dar. Die Zugehörigkeit der Items ergibt sich aufgrund der Ladungen auf den jeweiligen Faktoren. Die Items Selbstdarstellung, Individualität unterstreichen und Speziell und Einzigartigkeit laden auf dem Faktor 1. Auffallen, Schockieren und Rebellion laden auf dem Faktor 2. Auf dem Faktor 3 laden die Items Gemeinschaftliche Bindung stärken und Lebensabschnitt. Neue Erfahrung und Mode laden auf dem vierten Faktor. Die Faktoren werden im Weiteren folgendermaßen bezeichnet:

Faktor 1: *Intrinsische Motivation*

Faktor 2: *Extrinsische Motivation*

Faktor 3: *Introjektive Motivation*

Faktor 4: *Lifestyle bezogene Motivation*

Da die Varianzen der Items eher schwanken, wird für jeden Faktor das standardisierte Cronbach α als Maß für die Reliabilitätsanalyse herangezogen. Die Interne-Item-Korrelation der intrinsischen Motivation beträgt .47, wobei die Werte der korrigierten Item-Total Korrelation von .41 - .69 reichen. Das standardisierte Cronbach α beträgt .73 und würde sich mit einer Entfernung von Items kaum steigern. Die Interne-Item-Korrelation der extrinsischen Motivation beträgt .42, wobei die Werte der korrigierten Item-Total Korrelation von .46 - .54 reichen. Das standardisierte Cronbach α beträgt .69 und würde sich mit einer Entfernung von Items kaum steigern. Die Interne-Item-Korrelation sowie die korrigierte Item-Total Korrelation der introjektiven Motivation beträgt .37. Das standardisierte Cronbach α beträgt .54, wobei keine Aussagen über eine Erhöhung bzw. Verringerung durch eine Item-Eliminierung getätigt werden kann, da bei diesem Faktor negative Kovarianzen vorliegen. Für die Ergebnisse der Reliabilitätsanalyse der lifestylebezogenen Motivation ergibt sich ein ähnliches Bild wie für die introjektive

Motivation. Die interne-Item-Korrelation, sowie die korrigierte Item-Total-Korrelation beträgt .46. Das standardisierte Cronbach α beträgt .63, wobei keine Aussagen über eine Erhöhung bzw. Verringerung durch eine Item-Eliminierung getätigt werden kann, da bei diesem Faktor negative Kovarianzen vorliegen.

4.3.2 Ergebnisse und Befunde zur motivationsspezifischen Fragestellung

Die Fragestellung, ob die Motivationsformen, die hinter der Entscheidung für ein Tattoo stecken, geschlechtsspezifisch differenziert werden können, wurde für jeden der vier Faktoren mit t-Tests für unabhängige Messung durchgeführt. Die intrinsische Motivation $t_{(58)} = 3.2$, $p = ns$ weist keine signifikanten Unterschiede auf. Wohingegen die extrinsische Motivation $t_{(49,63)} = -3.18$, $p = .003$ signifikante Ergebnisse aufweist. Keine signifikanten Ergebnisse ergaben sich für die introjektive Motivation $t_{(58)} = .55$, $p = ns$ und lifestylebezogene Motivation $t_{(58)} = -.21$, $p = ns$.

Demzufolge unterscheiden sich Männer ($M = 2.83$, $SD = 1.43$) und Frauen ($M = 2.72$, $SD = 1.21$) nicht in der intrinsischen Motivation, jedoch sind Frauen ($M = 5.27$, $SD = .85$) weniger extrinsisch motiviert als Männer ($M = 4.35$, $SD = 1.31$). Weiters weisen Männer ($M = 3.97$, $SD = 1.50$) keine unterschiedlichen Werte in der introjektiven Motivation auf als Frauen ($M = 3.75$, $SD = 1.53$). Ebenso keine unterschiedlichen Werte gibt es für Männer ($M = 4.38$, $SD = 1.19$) und Frauen ($M = 4.45$, $SD = 1.20$) bei der lifestylebezogenen Motivation.

4.3.3 Ergebnisse und Befunde zur tattoospezifischen Fragestellung

Die tattoospezifische Fragestellung beinhaltet Aussagen zum Tattoomotiv, zur Tattoolage und Größe des Tattoos. Die vielzähligen Angaben zum Tattoo werden nun systematisch aufbereitet und mit der Fragestellung in Verbindung gebracht. Für den Fall, das ein Tattoomotiv nicht in die sechs vorgegebenen Kategorien einzuordnen ist, gab es die Möglichkeit dies hinzuzufügen. Diese Motivalternative wurde von den Probanden dreimal gewählt. Wobei alle drei Angaben in die New School Kategorie zusammengefasst werden könnten. Falls die Tattoolage in den sieben vorgegebenen Kategorien nicht hineinfällt, gab es ebenfalls die Möglichkeit, dies anzugeben. Ein Proband besaß ein Tattoo im Genitalbereich. Darum wurde die Möglichkeit, für eine weitere Kategorie genutzt. Aufgrund der Mehrfachantworten wurden die Items zu Sets (Motiv und Lage) zusammengefügt. Zur Verarbeitung der Prozentwerte der Größenangaben, wurden diese in kleine, mittlere und große Tattoos unterteilt. Generell zeigte sich, dass die Kategorie Blumen/Tiere/Natur mit 26 % am häufigsten gewählt wurde. Gefolgt von der Kategorie Tribals/Symbole mit 25 % und Schriftzeichen mit 18 %. Geschlechtsunspezifisch wurde der Rumpf mit 32 % als häufigste Tattoolage gewählt. Gefolgt vom Unterschenkel mit 19 % und dem Oberarm mit 18 %. 70 % (N = 42) der Probanden gaben an, das sie 1-3 Tattoos besitzen. Die Fragestellung, ob es in der Gegebenheit der Tattoos Geschlechtsunterschiede gibt, wurde mittels Chi-Quadrat Tests berechnet. Dabei ergaben sich keine signifikanten Geschlechtsunterschiede für die Tattoomotive $\text{Chi}^2_{(7)} = 13.21$, $p = \text{ns}$. Bei der Tattoolage $\text{Chi}^2_{(8)} = 18.50$, $p = .018$ ergaben signifikante Geschlechtsunterschiede. Demnach sind Männer (N = 17) im Vergleich zu Frauen (N = 5) häufiger am Oberarm tätowiert. Die Motive und Lage der Tattoos

$\chi^2_{(56)} = 82.62$, $p = .012$ unterscheiden sich signifikant. Daraus ergibt sich, dass Portraits/PinUps ($N = 10$) im Vergleich zu Blumen/Tiere/Natur ($N = 6$) und Schriftzeichen ($N = 1$) signifikant häufiger am Oberarm tätowiert werden. Zudem werden Totenköpfe ($N = 7$) signifikant öfter am Oberarm tätowiert als Schriftzeichen ($N = 1$). Für die Berechnung der Tattooanzahl im Vergleich mit dem Geschlecht ergab sich ein $\chi^2_{(11)} = 74.80$, $p = .001$, weshalb sich die Anzahl der Tattoos signifikant zwischen Männern ($M = 6.33$, $SD = 10.69$) und Frauen ($M = 2.60$, $SD = 2.13$) unterscheiden. Für die Tattoogröße im Vergleich mit dem Geschlecht ergab sich ein $\chi^2_{(2)} = 18.30$, $p = .001$, weshalb Männer mittelgroße (ca. 30 - 70 % der Körperstelle ist tätowiert) und Frauen kleine (ca. 1 - 30 % der Körperstelle ist tätowiert) Tattoos besitzen.

4.3.4 Ergebnisse und Befunde zur Testkonstruktion des attraktivitätsbeurteilenden Abschnittes im TVA

Zur Lesbarkeit der Ergebnisse, wird darauf hingewiesen, dass bei den Ratingskalen des TVAs niedrigere Mittelwerte eine höhere Zustimmung bedeuten! Zur besseren Nachvollziehung, werden die testkonstruktiven Ergebnisse in die vier attraktivitätsbeurteilenden Bereiche gegliedert. Wie für den motivationsspezifischen Abschnitt des TVA ist auch im attraktivitätsbeurteilenden Abschnitt sowohl die Durchführungs-, als auch die Auswertungs- und Interpretationsobjektivität gegeben.

4.3.4.1 Attraktivitätsbeurteilungen für tätowierte Männer

In Tabelle 6 sind deskriptiv statistische Werte der zehn attraktivitätsbeurteilenden Items dargestellt. Das Item „Tätowierte Männer sind kontaktfreudig“ ($M = 2.32$, $SD = .99$) weist den geringsten und das Item „Tätowierte Männer sind ausgeglichen“ ($M = 2.96$, $SD = 1.09$) den höchsten Mittelwert auf. Die Varianz der Items reicht von .81 bis 1.13 und die Itemschwierigkeit von .23 - .39.

Tabelle 6

Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für tätowierte Männer

Tätowierte Männer sind...	Mittelwert	Standardabweichung	Varianz	Itemschwierigkeit
kontaktfreudig	2.32	.99	.99	.26
glücklich	2.74	.91	.83	.35
freundlich	2.56	.99	.99	.31
sexuell aufgeschlossen	2.44	1.00	1.00	.29
extrovertiert	2.47	.90	.81	.30
sympathisch	2.63	1.06	1.13	.33
selbstsicher	2.17	.99	.98	.23
ausgeglichen	2.96	1.09	1.18	.39
durchsetzungsfähig	2.49	.92	.84	.30
dominant	2.59	1.06	1.13	.32

Anmerkung. Niedrigere Mittelwerte bedeuten eine höhere Zustimmung und umgekehrt.

Bei der Varimax Hauptkomponentenanalyse würden sich laut Kaiser Kriterium und Screeplot zwei Faktoren ergeben, wobei lediglich das Item der Dominanz auf dem Faktor 2 mit einem Wert von .67 höher lädt als auf Faktor 1 (.36). Da es sich bei den attraktivitätsbeurteilenden Items um die „Was schön ist, ist gut Stereotypen“ handelt und diese in der Attraktivitätsforschung vielzählig bestätigt und nachgewiesen wurden, lässt sich die Faktorzahl eins bei einer weiteren Hauptkomponentenanalyse festlegen. Da die Kommunalität des Items der Dominanz bei .13 liegt (d. h. das Item wird vom Faktor nur unzureichend erfasst), wurde das Item bei der nächsten Faktorenanalyse mit einem festen Faktorwert von 1 entfernt. Dadurch erhöht sich die Gesamtvarianz, die durch den Faktor aufgeklärt wird von 43 % auf 47 %. Sowohl das nicht signifikante Kaiser-Meyer-Olkin Kriterium von .81, als auch der signifikante Bartlett Test mit $p = .001$ erfüllen die Voraussetzungen für die Durchführung einer Faktorenanalyse. Die Kommunalitäten der neun Items reicht von .33 - .61. Das Item „Tätowierte Männer sind durchsetzungsfähig“ lädt mit einem Wert von .59 am geringsten und das Item „Tätowierte Männer sind ausgeglichen“, mit einem Wert von .78 am höchsten auf dem Faktor der Attraktivitätsbeurteilung. Weiters erhöhen sich die Werte der Reliabilitätsanalyse bei Entfernung des Dominanzitems. Da sich diese Ergebnisse für die Attraktivitätsbeurteilung von tätowierten Personen und nicht tätowierten Personen wiederholt, wird das Item der Dominanz aus allen weiteren Berechnungen für alle Attraktivitätsbeurteilungen eliminiert.

Die Interne-Item-Korrelation der Attraktivitätsbeurteilung für tätowierte Männer beträgt .39 und die Werte der korrigierten Item-Total Korrelation reichen von .47 bis .68. Das Cronbach α beträgt .86 und würde sich mit einer Entfernung von Items nicht steigern.

4.3.4.2 Attraktivitätsbeurteilungen für nicht-tätowierte Männer

Wie in Abschnitt 5.3.1.1 schon erwähnt, wurde das Dominanzitem für die weiteren Attraktivitätsberechnungen entfernt. In Tabelle 7 sind deskriptiv statistische Werte der nunmehr neun attraktivitätsbeurteilenden Items dargestellt. Das Item „Nicht-Tätowierte Männer sind freundlich“ ($M = 2.26$, $SD = .74$) weist den geringsten und das Item „Nicht-Tätowierte Männer sind extrovertiert“ ($M = 2.86$, $SD = .94$) den höchsten Mittelwert auf. Die Varianz der Items reicht von .53 bis .88 und die Itemschwierigkeit von .27 - .37.

Tabelle 7

Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für nicht-tätowierte Männer

Nicht-Tätowierte Männer sind...	Mittelwert	Standardabweichung	Varianz	Itemschwierigkeit
kontaktfreudig	2.34	.75	.56	.27
glücklich	2.36	.73	.53	.27
freundlich	2.26	.74	.55	.25
sexuell aufgeschlossen	2.79	.93	.87	.36
extrovertiert	2.86	.94	.88	.37
sympathisch	2.35	.83	.68	.27
selbstsicher	2.48	.80	.64	.30
ausgeglichen	2.48	.81	.65	.30

Nicht-Tätowierte Männer sind...	Mittelwert	Standardabweichung	Varianz	Item-schwierigkeit
durchsetzungsfähig	2.61	.79	.63	.32

Anmerkung. Niedrigere Mittelwerte bedeuten eine höhere Zustimmung und umgekehrt.

Da es sich bei den attraktivitätsbeurteilenden Items um die „Was schön ist, ist gut Stereotypen“ handelt und diese in der Attraktivitätsforschung vielzählig bestätigt und nachgewiesen wurden, lässt sich die Faktorzahl eins bei der Hauptkomponentenanalyse festlegen. Sowohl das nicht signifikante Kaiser-Meyer-Olkin Kriterium von .84, als auch der signifikante Bartlett Test mit $p = .001$ erfüllen die Voraussetzungen für die Durchführung einer Faktorenanalyse. Die Kommunalitäten der neun Items reicht von .30 - .69. Das Item „Nicht-Tätowierte Männer sind extrovertiert“ lädt mit einem Wert von .55 am geringsten und das Item „Nicht-Tätowierte Männer sind ausgeglichen“, mit einem Wert von .79 am höchsten auf dem Faktor der Attraktivitätsbeurteilung. Die durch den Faktor aufgeklärte Gesamtvarianz beträgt 51 %. Die Interne-Item-Korrelation der Attraktivitätsbeurteilung für nicht-tätowierte Männer beträgt .44 und die Werte der korrigierten Item-Total Korrelation reichen von .46 bis .77. Das Cronbach α beträgt .87 und würde sich mit einer Entfernung von Items nicht erhöhen.

4.3.4.3 Attraktivitätsbeurteilungen für tätowierte Frauen

In Tabelle 8 sind deskriptiv statistische Werte der neun attraktivitätsbeurteilenden Items für tätowierte Frauen dargestellt. Das Item „Tätowierte Frauen sind kontaktfreudig“ ($M = 2.12$, $SD = .74$) weist den geringsten und das Item „Tätowierte Frauen sind ausgeglichen“ ($M = 2.70$, $SD = .95$) den höchsten Mittelwert auf. Die Varianz der Items reicht von .55 bis 1.06 und die Itemschwierigkeit von .23 - .30.

Tabelle 8

Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für tätowierte Frauen

Tätowierte Frauen sind...	Mittelwert	Standardabweichung	Varianz	Itemschwierigkeit
kontaktfreudig	2.12	.74	.55	.23
glücklich	2.55	.92	.85	.31
freundlich	2.51	.89	.79	.30
sexuell aufgeschlossen	2.13	.90	.82	.23
extrovertiert	2.31	.91	.84	.26
sympathisch	2.51	1.03	1.06	.30
selbstsicher	2.22	.96	.93	.24
ausgeglichen	2.70	.95	.90	.34
durchsetzungsfähig	2.52	.91	.82	.30

Anmerkung. Niedrigere Mittelwerte bedeuten eine höhere Zustimmung und umgekehrt.

Da es sich bei den attraktivitätsbeurteilenden Items um die „Was schön ist, ist gut Stereotypen“ handelt und diese in der Attraktivitätsforschung vielzählig bestätigt und nachgewiesen wurden, lässt sich die Faktorzahl eins bei der Hauptkomponentenanalyse festlegen. Sowohl das nicht signifikante Kaiser-Meyer-Olkin Kriterium von .81, als auch der signifikante Bartlett Test mit $p = .001$ erfüllen die Voraussetzungen für die Durchführung einer Faktorenanalyse. Die Kommunalität der neun Items reicht von .20 - .66. Das Item „Tätowierte Frauen sind extrovertiert“ lädt mit einem Wert von .45 am geringsten und das Item „Tätowierte Frauen sind glücklich“, mit einem Wert von .83 am höchsten auf dem Faktor der Attraktivitätsbeurteilung. Die durch den Faktor aufgeklärte Gesamtvarianz beträgt 50 %. Die Interne-Item-Korrelation der Attraktivitätsbeurteilung für tätowierte Frauen beträgt .43 und die Werte der korrigierten Item-Total Korrelation reichen von .37 bis .73. Das Cronbach α beträgt .87 und würde sich mit einer Entfernung von Items nicht erhöhen.

4.3.4.4 Attraktivitätsbeurteilungen für nicht-tätowierte Frauen

In Tabelle 9 sind deskriptiv statistische Werte der neun attraktivitätsbeurteilenden Items für nicht-tätowierte Frauen dargestellt. Das Item „Nicht-Tätowierte Frauen sind freundlich“ ($M = 2.22$, $SD = .73$) weist den geringsten und das Item „Nicht-Tätowierte Frauen sind extrovertiert“ ($M = 2.83$, $SD = .91$) den höchsten Mittelwert auf. Die Varianz der Items reicht von .54 bis .88 und die Itemschwierigkeit von .24 - .30.

Tabelle 9

Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für nicht-tätowierte Frauen

Nicht-Tätowierte Frauen sind...	Mittelwert	Standardabweichung	Varianz	Item-schwierigkeit
kontaktfreudig	2.38	.75	.56	.28
glücklich	2.39	.77	.59	.28
freundlich	2.22	.73	.54	.24
sexuell aufgeschlossen	2.71	.94	.88	.34
extrovertiert	2.83	.91	.83	.37
sympathisch	2.25	.74	.54	.25
selbstsicher	2.48	.83	.69	.30
ausgeglichen	2.44	.73	.53	.29
durchsetzungsfähig	2.60	.86	.75	.32

Anmerkung. Niedrigere Mittelwerte bedeuten eine höhere Zustimmung und umgekehrt.

Da es sich bei den attraktivitätsbeurteilenden Items um die „Was schön ist, ist gut Stereotypen“ handelt und diese in der Attraktivitätsforschung vielzählig bestätigt und nachgewiesen wurden, lässt sich die Faktorzahl eins bei der Hauptkomponentenanalyse festlegen. Sowohl das nicht signifikante Kaiser-Meyer-Olkin Kriterium von .87, als auch der signifikante Bartlett Test mit $p = .001$ erfüllen die Voraussetzungen für die Durchführung einer Faktorenanalyse. Die

Kommunalität der neun Items reicht von .38 - .68. Das Item „Nicht-Tätowierte Frauen sind extrovertiert“ lädt mit einem Wert von .62 am geringsten und das Item „Nicht-Tätowierte Frauen sind kontaktfreudig“, mit einem Wert von .82 am höchsten auf dem Faktor der Attraktivitätsbeurteilung. Die durch den Faktor aufgeklärte Gesamtvarianz beträgt 57 %. Die Interne-Item-Korrelation der Attraktivitätsbeurteilung für nicht-tätowierte Frauen beträgt .51 und die Werte der korrigierten Item-Total Korrelation reichen von .54 bis .76. Das Cronbach α beträgt .90 und würde sich mit einer Entfernung von Items nicht erhöhen.

4.3.5 Ergebnisse und Befunde zur attraktivitätsbeurteilenden Fragestellung

Zum Thema Attraktivitätsbeurteilung von tätowierten und nicht-tätowierten Personen ergab sich eine Fragestellung. Jeder attraktivitätsbeurteilender Fragenblock – „Tätowierte Männer sind...“, „Nicht-Tätowierte Männer sind...“, „Tätowierte Frauen sind...“ und „Nicht-Tätowierte Frauen sind...“ – wurde mit einer 2 (Gruppe) x 2 (Geschlecht) – univariaten mehrfaktoriellen Varianzanalyse berechnet. Dabei ergaben sich keine signifikanten Ergebnisse für die Attraktivitätsbeurteilung von tätowierten Männern $F_{(3,116)} = .57, p = ns, \eta^2 = .01$. Bei der Attraktivitätsbeurteilung von nicht-tätowierten Männern zeigen sich ebenfalls keine signifikanten Ergebnisse $F_{(3,116)} = .95, p = ns, \eta^2 = .02$. Die Attraktivitätsbeurteilung von tätowierten Frauen weist einen signifikanten Haupteffekt für die Gruppe auf $F_{(1,116)} = 19.23, p = .001, \eta^2 = .14$. Der Haupteffekt Geschlecht $F_{(1,116)} = .32, p = ns, \eta^2 = .003$ ist nicht signifikant, wohingegen die Gruppe-Geschlecht-Interaktion $F_{(1,116)} = 4.26, p = .041, \eta^2 = .035$ signifikante

Ergebnisse aufweist. Die Attraktivitätsbeurteilung von nicht-tätowierten Frauen $F(3,116) = .57, p = ns, \eta^2 = .14$ weist keine Unterschiede in der Beurteilung auf.

Tätowierte Männern ($M = 2.48, SD = .61$) sowie nicht-tätowierte Männer ($M = 2.50, SD = .57$) werden unabhängig von Geschlecht oder Tattoostatus der beurteilenden Person gleich attraktiv beurteilt. Die Attraktivitätsbeurteilung von tätowierten Frauen ist abhängig von der Gruppenzugehörigkeit. Das bedeutet, dass tätowierte Personen ($M = 2.63, SD = .59$) tätowierte Frauen weniger attraktiv finden als nicht-tätowierte Personen ($M = 2.16, SD = .61$). Nicht-tätowierte Männer ($M = 2.01, SD = .63$) und tätowierte Frauen ($M = 2.55, SD = .52$) finden tätowierte Frauen attraktiver als nicht-tätowierte Frauen ($M = 2.30, SD = .55$) und nicht-tätowierte Männer ($M = 2.71, SD = .65$). Nicht-tätowierte Frauen ($M = 2.48, SD = .61$) werden unabhängig von Geschlecht oder Tattoostatus der beurteilenden Person gleich attraktiv beurteilt.

5 DISKUSSION

Die Studie dient dazu, Persönlichkeitsmerkmale von tätowierten und nicht-tätowierten Männern und Frauen zu charakterisieren. Weiters soll sie Unterschiede in der Attraktivitätsbeurteilung von den genannten Personengruppen feststellen. Vorrangig geht es darum, einen Beitrag zur Grundlagenforschung im Bereich Body Modification zu schaffen und wesentliche Unterschiede der tätowierten und nicht-tätowierten Personengruppen herauszukristallisieren.

Tätowierte Personen sind extrovertierter, generell offener, fröhlicher, offener für Phantasie, Handlungen, Ideen und offener gegenüber das Werte- und Normsystem. Sie sind ehrgeiziger und disziplinierter als nicht-tätowierte Personen. Nicht-

tätowierte Personen sind offener für Ideen. Männer sind selbstbeherrschter und durchsetzungsfähiger als Frauen. Frauen sind generell offener, abenteuerlustiger und fröhlicher als Männer. Im Allgemeinen sind tätowierte Personen höhere Sensation Seeker als nicht-tätowierte Personen. Im speziellen sind sie höhere Disinhibition-, Experience- und Boredom Susceptibility Seeker als nicht-tätowierte Personen. In der Subskala Disinhibition zeigt sich noch, dass Männer generell höher ausgeprägt sind als Frauen. Außerdem verfügen nicht-tätowierte Personen über eine höhere Ausprägung des Persönlichkeitsmerkmals Narzissmus als tätowierte Personen. Zudem wird ein genereller Geschlechtsunterschied ersichtlich, da Frauen narzisstischer sind als Männer. Für die Motivation, sich für ein Tattoo zu entscheiden, ergaben sich vier Faktoren (intrinsische, extrinsische, introjektive und lifestylebezogene Motivation). Männer sind im Gegensatz zu Frauen mehr extrinsisch motiviert, wenn es um die Entscheidung für ein Tattoo geht. Außerdem haben Männer im Vergleich zu Frauen häufiger Oberarmtattoos, wobei diese im Vergleich zu Blumen/Natur/Tier oder Schriftzeichen-Motiv vermehrt aus dem PinUp/Portrait- und Totenkopfmotiv besteht. Frauen besitzen weniger und kleinere Tattoos als Männer. Nicht-Tätowierte Personen finden tätowierte Frauen attraktiver als tätowierte Personen. Die Attraktivität von tätowierten Frauen wird zudem von nicht-tätowierte Männer und tätowierte Frauen höher beurteilt als von tätowierten Männern und nicht-tätowierten Frauen.

5.1 Unterschiede der untersuchten Persönlichkeitseigenschaften

Für ein besseres Verständnis, gliedert sich die Diskussion wiederum in den Persönlichkeits-, tattoospezifischen und attraktivitätsbeurteilenden Abschnitt. Wobei

zu Beginn die Einzelergebnisse jedes Bereiches (z.B. Big 5, Sensation Seeking, Narzissmus, ...) zusammengefasst und kurz mit der Literatur verknüpft werden. Anschließend folgt eine Interpretation und kritische Reflexion der jeweiligen Abschnitte, die zum Schluss bereichsübergreifend erfolgt.

5.1.1 Unterschiede der Big 5 und deren Unterfacetten

Ein Augenmerk dieser Studie lag darin, bisherige Big 5 Unterschiede zu verifizieren. Zudem stellt sie, aufgrund der Betrachtung der Unterfacetten eine Weiterentwicklung der bisherigen Ergebnisse und wissenschaftlichen Arbeiten dar. Die Studie bestätigte die Annahme, dass es Unterschiede zwischen den Personengruppen in den Big 5 Ausprägungen gibt. Tätowierte Personen sind extrovertierter und offener als nicht-tätowierte Personen. Dieses Ergebnis, dass Tätowierte extrovertierter sind als nicht-Tätowierte verifiziert die Theorie von Roberti et al. (2004), in der Tätowierte extrovertierter sind als nicht tätowierte Personen. Ebenso gilt die Annahme von Nathanson et al. (2008), die davon ausgehen, dass tätowierte Personen offener sind als nicht-tätowierte Personen als bestätigt. Weiters zeigt sich, im Gegensatz zu Wohlrab et al. (2007) ein Geschlechtsunterschied im Merkmal Offenheit – bei dem Frauen eine höhere Ausprägung aufweisen als Männer. Die Annahme von Tate und Shelton (2008), dass Tätowierte weniger verträglich und gewissenhafter sind als nicht-tätowierte Personen, kann als teilweise falsifiziert gelten, da bei Betrachtung der Unterfacetten ersichtlich wird, dass tätowierte Personen sowohl ehrgeiziger als auch disziplinierter sind als nicht-tätowierte Personen. Bei weiterer Differenzierung der Big 5 zeigt sich, dass Tätowierte sowohl fröhlicher – Unterfacette des Extraversion-Merkmals - als auch

offener für Phantasie, Handlungen, Ideen und offener für das das Werte- und Normsystem sind – Unterfacetten des Offenheit-Merkmals.

Nicht nur beim Merkmal Offenheit zeigt sich ein Geschlechtsunterschied, sondern auch bei einigen Unterfacetten der Faktoren. Demnach sind Männer selbstbeherrschter und durchsetzungsfähiger als Frauen. Diese sind hingegen abenteuerlustiger und fröhlicher als Männer. Diese Ergebnisse entsprechen nicht der allgemein bekannten Theorie über die Geschlechtsneutralität der Big 5 Faktoren (Lippa, 2010).

5.1.2 Unterschiede im Sensation Seeking Merkmal und dessen Unterfacetten

Ein, neben den Big 5 Faktoren, weiteres Persönlichkeitsmerkmal, dessen Unterschiede in dieser Arbeit von wesentlicher Bedeutung sind, ist das Sensation Seeking Merkmal. Die Theorie, tätowierte Personen sind höhere Sensation Seeker sind als nicht-tätowierte Personen, die sowohl von Roberti et al. (2004), Stirn et al. (2006) als auch von Wohlrab et al. (2009) behandelt wurde, konnte in dieser Studie verifiziert werden. Neben den Gruppenunterschieden in der Ausprägung gesamten Sensation Seeking Merkmals, ergab sich zudem eine Gruppen-Geschlecht-Interaktion. Daraus ergibt sich im Gegensatz zu tätowierten Frauen und nicht-tätowierten Personen eine höhere Sensation-Seeking Ausprägung für tätowierte Männer. Zudem weisen tätowierte Frauen eine höhere Ausprägung auf als nicht-tätowierte Personen.

Für die Betrachtung der Subskalen liegt lediglich eine Vergleichsstudie von Wohlrab et al. (2009) vor, in der tätowierte Personen bei den Subskalen „Dis“ und

„ES“ höher ausgeprägt sind als nicht-tätowierte Personen. Neben den Ergebnissen, dass tätowierte Personen in den Subskalen „Dis“ und „ES“ höher ausgeprägt sind als nicht-tätowierte Personen, zeigt sich in dieser Studie eine höhere Ausprägung für tätowierte Personen in der Subskala „BS“. Neben den Gruppenunterschieden in der Subskala „BS“ ergibt sich zudem eine Wechselwirkung zwischen Geschlecht und Gruppe. Demzufolge sind tätowierte Frauen in der Subskala „BS“ höher ausgeprägt als nicht-tätowierte Männer und geringer ausgeprägt als nicht-tätowierte Frauen und tätowierte Männer.

Der anerkannte Geschlechtsunterschied, Männer sind generell höhere Sensation Seeker als Frauen (Zuckerman, 1971) lässt sich in dieser Studie nicht bestätigen. Im Gegensatz zu Zuckerman (1971) und Roberti et al. (2004) ergibt sich bei dem Gesamtmerkmal Sensation Seeking kein Geschlechtsunterschied. Lediglich in der Subskala „Dis“ weisen Männer eine höhere Ausprägung als Frauen auf.

5.1.3 Unterschiede im Persönlichkeitsmerkmal Narzissmus

Eine weitere Persönlichkeitseigenschaft, die in dieser Studie betrachtet wurde, ist das Narzissmusmerkmal. Narzissmus als Persönlichkeitstrait beinhaltet neben der Selbstliebe eine innere Bezogenheit, die das innere Gleichgewicht, Wohlbehagen und die Selbstsicherheit aufrecht erhält (Beyers, 2011). Die Fragestellung, dass sich sowohl die Personengruppen als auch die Geschlechter unterscheiden, gilt als bestätigt. Nicht-tätowierte Personen weisen einen höheren Narzissmuswert im Selbstbeurteilungsverfahren auf als tätowierte Personen. Wie im

Kapitel 3.4.1 Narzissmus und Body Modification erwähnt, gibt es noch keine nennenswerte Vergleichsstudie in diesem Zusammenhang.

Das Ergebnis, dass Frauen narzisstischer sind als Männer verifiziert sowohl die Theorie von Twege und Campbell (2009) als auch die Annahme von Saculla und Derryberry (2011) in denen Frauen ebenso narzisstischer sind als Männer.

5.2 Interpretation und Reflexion des persönlichkeitspsychologischen Abschnitts der Studie

Dieser Abschnitt zielt darauf ab, alle persönlichkeitspsychologischen Ergebnisse zusammenzufassen und in ein Gesamtbild zu integrieren. Außerdem wird auf einen in sich schließenden Theoriekreis abgezielt.

Würden die Persönlichkeitsausprägungen von Tätowierten fremdbeurteilt werden, würden diese komplett anders ausfallen. Tätowierte wären dann neurotischer (Forbes, 2001, Martin, 2010), weniger offen, weniger sozial verträglich und weniger gewissenhaft als nicht-tätowierte Personen (Forbes, 2001). Außerdem würden tätowierte Personen viel häufiger an psychischen Krankheiten leiden und aus zerrütteten Familien stammen (Martin, 2010).

Im Gegensatz zu der teilweise immer noch negativ behafteten gesellschaftlichen Sichtweise über Tattoos, kann behauptet werden, dass tätowierte Personen oftmals eine andere Persönlichkeitsausprägung als von den Mitmenschen gedacht, haben. Aus dem Ergebnis, dass tätowierte Personen extrovertierter sind als nicht-tätowierte Personen, kann daraus geschlossen werden, dass Tätowierte nicht wie oft angenommen neurotischer sind. Diese Schlussfolgerung beruht auf der Persönlichkeitstheorie von Eysenck, der die Unabhängigkeit der

Basisdimensionen Neurotizismus und Extraversion sowohl theoretisch als auch biologisch nachwies. Extraversion und Neurotizismus sind zwei voneinander getrennte Dimensionen, die unterschiedliche Gehirnstrukturen anregen. (Amelang, Bartussek, Stemmler & Hagemann, 2006). Für Extraversion gibt es eine Vielzahl an Adjektiven, die das Merkmal beschreiben und definieren. Eysenck (1944) beschreibt extravertiertere Personen als gesellig, lebhaft, aktiv, assertiv, reizsuchend, sorglos, dominant, optimistisch und abenteuerlustig. Selbstwertbewusstsein, Selbstbehauptung, soziale Spontanität und Impulsivität (Eysenck, 1952, zit. nach Brunner & Zeltner, 1980) sind weitere Beschreibungen dafür. Weitere Eigenschaften einer extravertierten Person sind Offenheit, Geselligkeit, Dominanz, Abenteuerlust und Impulsivität (Tewes & Wildgrube, 1992) und sie leben die Arbeit im Team (Stangl-Taller, 2011).

Aus diesen Definitionen und Beschreibungen lässt sich schlussfolgern, dass Extraversion negativ mit Neurotizismus und positiv mit Offenheit und Sensation Seeking korreliert. Eysenck (1944) bezeichnet neurotische oder emotional labile Personen als ängstlich, bedrückt, wenig selbstbewusst, angespannt, irrational, schüchtern, launisch, emotional und mit Schuldgefühlen behaftet. Die positive Korrelation mit Offenheit ergibt sich ebenfalls aus den Definitionen, die eine extravertierte Person als offen bzw. relativ offen für neue Erfahrungen beschreiben. Durch die Eigenschaften der Reizsuche, Abenteuerlust und Impulsivität ergibt sich die einerseits logische und andererseits durch wissenschaftliche Beweise bestätigte Schlussfolgerung der positiven Korrelation mit dem Merkmal Sensation Seeking. Die in dieser Studie höheren Ergebnisse der tätowierten Personen für Ehrgeiz und Disziplin aus dem Faktor Gewissenhaftigkeit finden dahingehend einen Zusammenhang mit dem Faktor Extraversion, da diese Eigenschaften eine

wesentliche Rolle in einer positiv funktionierenden Zusammenarbeit in einem Team sind. Und die Arbeit in einem Team ist wiederum eine Definition von Extraversion (Stangl-Taller, 2011). Es ergibt sich ein in sich schließender Kreislauf der bisherigen Persönlichkeitseigenschaften, wenn eine Ausprägung im Faktor Extraversion vorliegt. Denn dann liegt diese ebenso im Faktor Offenheit und im Sensation Seeking Merkmal vor. Der Bezug mit Body Modification ergibt sich daraus, dass eine Ausprägung im Faktor Offenheit die Wahrscheinlichkeit für ein Tattoo (Nathanson, Paulhus & Williams, 2006) und die Ausprägung des Sensation Seeking Merkmals die Tattooanzahl (Roberti, Storch & Bravata, 2004) voraussagen. Demzufolge kann Body Modification als eine weitere Ausdrucksform für extravertiertes, offenes und Sensation Seeking Verhalten angesehen werden.

Wie passt nun das Merkmal Narzissmus in das Persönlichkeitsbild? Narzissten sind ständig auf der Suche nach Bewunderung, Achtung, Wertschätzung und Beachtung und haben gleichzeitig enorm Angst vor Kränkung (Stangl-Taller, 2011). Diese Bezogenheit auf das Selbst dient dazu, dass innere Gleichgewicht, Wohlbehagen und Selbstsicherheit aufrechtzuerhalten (Beyers, 2011). Außerdem sind Narzissten ständig auf der Suche nach neuen Kontakten und Bekanntenkreise, wobei sie sind darin sehr gut gewandt (Stangl-Taller, 2011). Höhere Narzissmuswerte bedeuten, eine ständige Suche nach Bewunderung von außen. Daraus lässt sich schließen, dass sich Narzissten ständig neu definieren müssen um mit der wandelnden Gesellschaft und ständig neuen Kontakten und Bekanntenkreisen mithalten zu können. Weiters müssen sie ihr Erscheinungsbild ständig an die aktuelle Situation anpassen, da sie zudem eine enorme Angst vor Kränkung haben. Diese Gegebenheiten einer narzisstischen Persönlichkeit lassen sich nicht mit dem Grundkonsens - der Dauerhaftigkeit des – des Body

Modifications vereinbaren. Zudem darf das eher immer noch negative Bild von Tätowierten vergessen werden, was wiederum nicht mit der Angst vor Kränkung einhergeht. Daraus abgeleitet, kann vermutet werden, dass tätowierte Personen sowie Männer (die ebenso niedrigere Narzissmuswerte erzielten) sich eher im inneren Gleichgewicht als nicht-tätowierte Personen und Frauen befinden. Deshalb müssen sie die Bewunderung und Anerkennung für das Aufrechterhalten des Wohlbehagens und der Selbstsicherheit nicht von außen zuführen. Die niedrigeren Narzissmuswerte gehen wiederum mit dem höheren Extraversionswert einhergehen, denn wie erwähnt wird Extraversion auch als Selbstwertbewusstsein und Selbstbehauptung definiert.

Höhere Extraversion, Offenheit, Sensation Seeking und niedrigerer Narzissmus können somit als in sich beschreibende Persönlichkeitseigenschaften von tätowierten Personen verstanden werden. Außerdem kann Body Modification als Ausdrucksform von Extraversion, Offenheit, Sensation Seeking und niedriger Narzissmus angesehen werden.

Wie erwähnt ist Narzissmus als Persönlichkeit und Body Modification noch nicht erforscht. Umso interessanter wären weiterführende Studien zu diesem Thema. Wissenswert wäre, ob Big 5, Narzissmus und Body Modification mit dem Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl zusammenhängen. Ebenso interessant wäre eine Längsschnittstudie mit der ermittelt werden könnte, ob sich die Persönlichkeitseigenschaften mit dem Tätowieren ändern oder ob die Eigenschaften schon vorher dieselben Ausprägungen besitzen. Würde ein Tattoo die Ausprägung verstärken bzw. abschwächen? Wenn ja, ab wann wäre diese Veränderung in der Persönlichkeit sichtbar? Könnte aufgrund von Persönlichkeitstests schon vor der

Entscheidung für oder gegen ein Tattoo festgestellt werden, die die Entscheidung ausfällt?

5.3 Unterschiede im tattoospezifischen Bereich

Der tattoospezifische Bereich gliedert sich in motivationale Aspekte des Tätowierens, Motivwahl, Lage und Größe der Tattoos. Bevor die Ergebnisse zusammengefasst, mit der Literatur in Verbindung gebracht und die Fragestellungen interpretiert werden, werden die testkonstruktiven Daten und Ergebnisse analysiert und betrachtet. Anschließend erfolgt eine kritische Reflexion des tattoospezifischen Bereiches.

5.3.1 Ermittlung von motivationalen Aspekten und Geschlechtsunterschieden

Bevor die Fragestellung interpretiert werden kann, werden die testkonstruktiven Daten analysiert und erläutert. Dabei darf nicht vergessen werden, dass niedrige Werte eine Zustimmung und hohe Werte eine Abneigung bedeuten (1 = starke Zustimmung, 6 = starke Ablehnung). Insgesamt wurden die Motivationshintergründe anhand von zehn Items abgefragt. Daraus ergab sich eine akzeptable Itemschwierigkeit, die zwischen .28 und .87 liegt. Aus den Daten ließen sich vier unabhängige Faktoren – Intrinsische Motivation, Extrinsische Motivation, Introjektive Motivation und Lifestylebezogene Motivation – ermitteln. Diese Faktoren klären 71 % der Varianz auf. Das Cronbach α der Faktoren reicht von .54 (Introjektive Motivation), über .63 (Lifestylebezogene Motivation), .69 (Extrinsische Motivation)

bis .73 (Intrinsische Motivation). Die Faktoren intrinsische und extrinsische Motivation beinhalten jeweils drei Items. Die restlichen vier Items werden auf die verbleibenden zwei Motivationsformen aufgeteilt. Aus den Itemmittelwerten lässt sich schließen, dass die Items der intrinsischen Motivation die höchste Zustimmung fanden. Die Items der extrinsischen Motivation liegen eher im hinteren Zustimmungsbereich und die Items der restlichen Motivationsformen schwanken zwischen Zustimmung und Ablehnung. Einige theoretische Hintergründe, die die Entscheidung für ein Tattoo beeinflussen, konnten nicht bzw. nur teilweise verifiziert werden. Darunter fällt die Form des Schockierens, von Myers (1992, zit. nach Nathanson et. al., 2006), die mit einem Mittelwert von 5.07 (SD = 1.36) als weniger wichtige Motivationsform angesehen werden kann. Ebenfalls weniger von Bedeutung ist die von Nathanson et al. (2008) aufgestellt Theorie, dass sich Personen aufgrund des Wunsches nach Gruppenzugehörigkeit (MW = 5.02, SD = 1.72) tätowieren lassen. Ihre Theorie, dass Mode eine wichtige Rolle für die Entscheidung eines Tattoos spielt, kann mit einem Mittelwert von 3.47 (SD = 1.12) als moderat angenommen werden. Die Annahme, dass ein Tattoo die Individualität unterstreicht (Forbes, 2001) und die Einzigartigkeit hervorhebt (Tate & Shelton, 2006), kann als bestätigt gelten, da diese Motivationsformen sehr gut zustimmende Werte erzielten.

Neben der Einzelbetrachtung der Motivationsformen kann die Kategorisierung von Frederick und Bradley (2000) größtenteils übernommen werden. Sie sind der Annahme, dass die Entscheidung für ein Tattoo intrinsisch, extrinsisch oder introjektiv motiviert ist. Der Ansatz für das Vorherrschen ihrer Motivationsformen wird bei dieser Arbeit ebenfalls ersichtlich. Aus testkonstruktiver Sicht, ist es sinnvoll, alle vier vorhandenen Motivationsformen beizubehalten. Für eine

Weiterverwendung des TVA (Schöberl, 2012) wäre es sinnvoll, die Motivationsformen auszubauen. Somit würden die statistischen Daten aussagekräftiger werden. Aus zeit- und kapazitätstechnischen Gründen war es nicht möglich, den Fragebogen vor der Untersuchung zu modifizieren bzw. zu evaluieren. Erstrebenswert wäre eine gleichverteilte Anzahl von Items pro Faktor. Ebenfalls wünschenswert wären mehr Items pro Faktor.

Für die Fragestellung, ob die motivationalen Aspekte Geschlechtsunterschiede aufweisen, gibt es bis dato noch keine Vergleichsstudie. Geschlechtsunterschiede bei den Motivationsformen konnten lediglich bei der extrinsischen Motivation gefunden werden. Demzufolge sind Männer extrinsischer motiviert als Frauen. Bei der intrinsischen, introjektiven und lifestylebezogenen Motivation ergaben sich keine Unterschiede. Ein möglicher Grund für die signifikant höhere extrinsische Motivation von Männern könnten die Persönlichkeitseigenschaften sein. Wie erwähnt, sind Frauen narzisstischer als Männer. Daraus resultiert ein geringeres inneres Gleichgewicht, was das Selbst bzw. Selbstbewusstsein betrifft. Deshalb passen sich Frauen den aktuellen gesellschaftlichen Bedingungen mehr an als Männer. Folglich sind Frauen weniger oft tätowiert als Männern, da Body Modification ein dauerhaftes Verhalten aufweist. Entscheiden sich Frauen trotzdem für ein Tattoo, ist dies, im Vergleich zu Männern mehr verinnerlicht und ein vermehrter innerer Wunsch als bei Männern. Daraus resultiert wiederum, dass Frauen, aufgrund der Verinnerlichung des Wunsches ein Tattoo zu besitzen, weniger von außen motiviert werden. Eine mögliche Schlussfolgerung wäre, dass Männer durch die beschriebenen Gegebenheiten, weniger viel über ein Tattoo überlegen müssen und somit das Tätowieren schneller über sich ergehen lassen können als Frauen.

5.3.2 Ermittlung von Geschlechtsunterschieden in Motiv, Lage und Größe der Tattoos

Die Kategorien für Motiv und Lage wiesen keine Schwierigkeiten beim Ausfüllen auf. Eventuell könnte bei einer Weiterentwicklung des Fragebogens die Motivkategorie „New School“ hinzugefügt werden. Diese Kategorie wurde von drei Probanden extra angegeben. Außerdem könnte der Genitalbereich bei der Lage des Tattoos hinzugefügt werden, da dieser Bereich zusätzlich einmal angegeben wurde. Ansonsten kann die Kategoriebildung, für eine grobe Differenzierung der Motive und Lage als gelungen angesehen werden. Geschlechtsunspezifisch wurden die Kategorien Blume/Tiere/Natur, Tribals/Symbole und Schriftzeichen am häufigsten gewählt. Dies lässt sich mit den Ergebnissen von Wohlrab et al. (2007), bei denen Tribals, Tiere und Natur, sowie Buchstaben als häufigste Motive gewählt wurden, in Verbindung bringen. Im Gegensatz zu Wohlrab et al. (2007), bei denen Männer signifikant häufiger Totenköpfe und Old School Tattoos besitzen als Frauen und Frauen signifikant häufiger Blumen als Männer, zeigt sich bei dieser Studie kein Geschlechtsunterschied bei den Tattoomotiven. Die häufigsten Tattoostellen von Wohlrab et al. (2007) sind Oberarm, Schulter und Wade. Durch die am öftesten gewählten Stellen am Rumpf, Unterschenkel und Oberarm können die Tattoostellen von Wohlrab et al als größtenteils verifiziert gelten. Wird das Motiv und die Tattolage zusammen betrachtet, zeigt sich, dass Portraits im Vergleich zu Blumen/Tiere/Natur und Schriftzeichen signifikant häufiger am Oberarm zu finden. Ebenso sind Totenkopf-Tattoos im Vergleich zu Schriftzeichen vermehrt am Oberarm anzutreffen. Geschlechtsspezifisch zeigt sich, dass Männer häufiger am Oberarm tätowiert sind als Frauen. Dieses Ergebnis verifiziert die Annahme von

Drews et al (2000), Laumann und Derick (2006), Wohlrab et al (2007) und Koziel, et al. (2010). Weitere, in der Literatur aufgezeigte Geschlechtsunterschiede, z.B. das Frauen Tattoos am Rücken (Drews et al, 2000, Laumann & Derick, 2006, Wohlrab et al., 2007 und Koziel, Kretschmer & Pawloski, 2010), Knöchel (Drews et al, 2000) und Bauch (Koziel et al. 2010) bevorzugen konnten in dieser Studie nicht gefunden werden. Trotzdem kann die evolutionspsychologische Annahme von Wohlrab et al (2007), dass Männer und Frauen ihre sekundären Geschlechtsorgane tätowieren lassen, um diese hervorzuheben kann als teilweise verifiziert werden. Für die Tattooanzahl zeigt sich das Bild, dass Männer im Schnitt sechs und Frauen drei Tattoos besitzen. Männer besitzen nicht nur mehr Tattoos als Frauen, sondern auch Größere. Männer haben im Schnitt mittelgroße (30 – 70 % der ausgewählten Körperstelle ist tätowiert) und Frauen kleine (1-30 % der ausgewählten Körperstelle ist tätowiert) Tattoos. Diese Ergebnisse bestätigen die Annahme von Laumann und Derick (2006), bei der ebenfalls Männer große und Frauen kleine Tattoos besitzen. Wie bei Stieger et al. (2010), zeigt sich, dass am häufigsten kleine (N = 33), gefolgt von mittelgroßen (N = 21) und großen Tattoos (N = 6), gestochen werden. Das Phänomen, dass Männer sich mehr und größere Tattoos stechen lassen als Frauen kann, wie die Motivationsunterschiede, mit den Persönlichkeitseigenschaften in Verbindung gebracht werden. Männer gelten im Allgemeinen als größere Sensation Seeker (Zuckerman, 1972). Body Modification wird als eine weitere Ausdrucksform dieses Persönlichkeitsmerkmals angesehen, wobei die Höhe des Merkmals die Tattooanzahl vorhersagt (Roberti, Storch & Bravata, 2004). Eine logische Konsequenz dieser Annahme ist, dass, je mehr Tattoos vorhanden sind, desto mehr Körperfläche ist bedeckt. Eine weitere Schlussfolgerung wäre, die Tattooanzahl und Größe mit dem Narzissmus in Verbindung zu bringen. Wie bei der extrinsischen

Motivation, könnte es möglich sein, dass Männer deshalb ein besseres inneres Gleichgewicht des Selbst besitzen und weniger narzisstisch sind, da sie die Tattoos zur Selbstdarstellung und als Ausdruck des Selbst verwenden. Durch mehr und größere Tattoos, wird das Innere Gleichgewicht des Selbst aufrecht erhalten und folglich weniger narzisstische Verhaltensweisen an den Tag gelegt.

5.4 Unterschiede in der Attraktivitätsbeurteilung

Auch in diesem Bereich bedeuten niedrige Werte eine Zustimmung und hohe Werte eine Ablehnung. Jede Attraktivitätsbeurteilung (tätowierte Männer, nicht-tätowierte Männer, tätowierte Frauen und nicht-tätowierte Frauen) bestand aus den zehn anerkannten Adjektiven des „Was schön ist, ist gut Stereotyp“ von Eagly, Ashmore, Makhijani und Longo (1991) und Feingold (1992). Bei der Ermittlung der Testkonstruktiven Daten wurde für die weiteren Berechnungen das Adjektiv der Dominanz eliminiert, da es meist als einzelnes Item auf zweiten Faktor lud. Durch die Eliminierung erhöhte sich bei allen Attraktivitätsbeurteilungen die aufgeklärte Gesamtvarianz und das Cronbach α . Die Itemschwierigkeit aller Items liegt zwischen .24 und .40. Sie ist somit im unteren Bereich angesiedelt, kann aber noch als akzeptabel gelten. Die Adjektive der Attraktivitätsbeurteilungen klären zwischen 48 und 57 % der Gesamtvarianz auf. Das Cronbach α reicht von .86 - .90 und kann als guter Wert für die Reliabilität interpretiert werden. Insgesamt lässt sich sagen, dass die Adjektive des „Was schön ist, ist gut Stereotyps“ neben der physischen Attraktivität als gutes Attraktivitätsmaß herangezogen werden können. Für eine Weiterverwendung des Fragebogens, wäre es jedoch sinnvoll, wenn die zu beurteilenden Attraktivitätsblöcke nicht hintereinander abgefragt werden, da von

vielen Probanden ein Ermüdungseffekt berichtet wurde. Diesem könnte aus dem Weg gegangen werden, wenn die zu beurteilenden Blöcke auf den gesamten Fragebogen verteilt werden und als zwischen den verschiedenen Bereichen getrennt abgefragt werden. Die Annahme von Drews et al. (2000) und Horne et al. (2007), dass tätowierte Männer attraktiver sind als nicht-tätowierte Männer konnte mit dieser Studie nicht bestätigt werden. Als nur teilweise verifiziert gilt die Theorie, dass Männer tätowierte Frauen attraktiver finden als nicht-tätowierte Frauen (Horne, Knox, Zusman & Zusman 2007). Nicht-tätowierte Personen beurteilen tätowierte Frauen attraktiver als tätowierte Personen, wobei nicht-tätowierte Männer und tätowierte Frauen diese im Gegensatz zu tätowierten Männern und nicht-tätowierten Frauen als attraktiver beurteilen. Eine Mögliche Erklärung für die Ergebnisse könnte die Schwierigkeit der Attraktivitätsbeurteilung sein. Die Probanden mussten sich zur Beurteilung tätowierte bzw. nicht-tätowierte Männer und Frauen bildlich vorstellen und anschließend ihre Antwort abgeben. Bekannte Personen findet man sympathisch. Was sympathisch wirkt, wirkt letzten Endes auch attraktiv und umgekehrt (Aronson, Wilson & Akert, 2008). Dies ist ein in der Sozialpsychologie etabliertes Verhalten. Diese Annahme lässt sich auch aus den relativ hohen Attraktivitätswerten aller Beurteilungen schließen. Da es sich beim TVA um eine Erstfassung handelt, die aus zeit- und kapazitätstechnischen Gründen ohne vorherige testkonstruktive Datenanalyse verwendet wurde, wäre es sinnvoll, die Ergebnisse der Attraktivität behutsam zu behandeln und zu interpretieren.

6 AUSBLICK

Body Modification ist kein kurzzeitiges Modephänomen der Gesellschaft. Deshalb ist es umso wichtiger, den Unterschieden zwischen körpermodifizierten und nicht-modifizierten Personen auf den Grund zu gehen. Bisherige Forschungen im Bereich Body Modification konzentrierten sich auf die Formen des Piercens und Tätowierens. Neben den Formen gibt es eine Vielzahl von weiteren Arten, sich einer Body Modifizierung zu unterziehen. Für weitere Forschungen, wäre es interessant, wie sich die Persönlichkeitseigenschaften bei diesen Formen wie z.B. Branding, Skarifizierung von nicht Body Modifizierten Personen unterscheiden und in welchem Maß sie sich unterscheiden. Somit würde man der Frage, warum sich Personen den dauerhaften schmerzhaften Körperveränderungen unterziehen vielleicht etwas näher kommen.

Wie erwähnt ist Narzissmus als Persönlichkeit und Body Modification noch nicht erforscht. Umso interessanter wären weiterführende Studien zu diesem Thema. Wissenswert wäre, ob Big 5, Narzissmus und Body Modification mit dem Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl zusammenhängen. Ebenso interessant wäre eine Längsschnittstudie mit der ermittelt werden könnte, ob sich die Persönlichkeitseigenschaften mit dem Tätowieren ändern oder ob die Eigenschaften schon vorher dieselben Ausprägungen besitzen. Würde ein Tattoo die Ausprägung verstärken bzw. abschwächen? Wenn ja, ab wann wäre diese Veränderung in der Persönlichkeit sichtbar? Könnte aufgrund von Persönlichkeitstests schon vor der Entscheidung für oder gegen ein Tattoo festgestellt werden, wie die Entscheidung ausfällt?

Für eine Weiterverwendung des TVA (Schöberl, 2012) wäre eine Testmodifizierung erforderlich. Erstens sollten die Motivationsformen ausgebaut und auf gleiche Itemanzahl gebracht werden. Weiters sollten die Kategorie „New School“ als Motivform und die Kategorie „Genitalien“ in der Lage hinzugefügt werden. Für die Attraktivitätsfragen wäre es erstens sinnvoll, diese auf den ganzen Fragebogen aufzuteilen und eventuell so zu modifizieren, dass die Probanden sich keine Person zur Attraktivitätsbeurteilung vorstellen sollen, sondern eventuell wie bei Wohlrab, Fink, Kappeler und Brewer (2009) tätowierte und nicht-tätowierte männliche und weibliche Stimulus Figuren beurteilen sollen. Somit könnte dem Phänomen, des sympathisch und attraktiv seins aus dem Weg gegangen werden. Außerdem wären die Figuren für alle Probanden gleich. Damit wäre die Attraktivitätsbeurteilung mit den etablierten „Was schön ist, ist gut Stereotypen“ aussagekräftiger.

Da das Thema erst in den letzten Jahren an wissenschaftlicher Interesse gewann, ist die Bandbreite von möglichen Studien groß. Damit verstanden werden kann, warum sich Personen diesen Formen der Körperveränderung unterziehen, ist es wichtig, die Grundlagenforschung im Bereich Body Modification weiterzuführen. Durch jeden Beitrag in diesem Bereich schreitet die Wissenschaft den grundlegenden Hintergründen näher heran.

LITERATURVERZEICHNIS

- Amelang, M., Bartussek, D., Stemmler, G., & Hagemann, D. (2006). *Differentielle Psychologie und Persönlichkeitsforschung*. Stuttgart: Kohlhammer GmbH.
- American Psychiatric Association (2000). Diagnostisches und statistisches Manual psychischer Störungen, Textrevision DSM-IV-TR, Zugriff am 08.11.2011, von <http://www.behavenet.com/capsules/disorders/narcissisticpd.htm>
- Ames, R. D., Rose, P., & Anderson, C. P. (2006). The NPI-16 as a short measure of narcissism. *Journal of Research in Personality*, 40, 440-450.
- Arendasy, M., Sommer, M., & Feldhammer, M. (2011). Manual Big-Five Struktur Inventar. Mödling: Schuhfried GmbH.
- Armstrong, M. L., & Pace-Murphy, K. (1997). Tattooing: Another risk-behavior in adolescents warranting national health teaching. *Applied Nursing Research*, 10, 181-189.
- Aronson, E., Wilson, T. D., & Akert, R. M. (2008). *Sozialpsychologie*. München: Pearson Studium.
- Asendorpf, J. B. (2009). *Persönlichkeitspsychologie*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Asendorpf, J. B. & Ostendorf, F. (1998). Is Self-Enhancement Healthy? Conceptual, Psychometric, and Empirical Analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 955-966.
- Atkinson, M. (2004). Tattooing and Civilizing Processes: Body Modifications as Self-control. *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 41, 125-146.
- Beauducel, A., & Brocke, B. (2003). Sensation Seeking Scale – Form V: Merkmale des Verfahrens und Bemerkungen zur deutschsprachigen Adaption. In M. Roth &

- P. Hammelstein (Hrsg.), *Sensation Seeking – Konzeption, Diagnostik und Anwendung* (S. 77-99). Göttingen: Hogrefe.
- Beauducel, A., Brocke, B., & Strobel, A. (1999). Construct Validity of Sensation Seeking: A Psychometric Investigation. *Zeitschrift für Differentielle und Diagnostische Psychologie*, 20, 155-171.
- Beauducel, A., Strobel, A., & Brocke, B. (2003). Psychometrische Eigenschaften und Normen einer deutschsprachigen Fassung der Sensation Seeking-Skalen, Form V. *Diagnostica*, 49, 61-72.
- Beyers, H.-J., (2011). Das Portal für und über die narzisstische Persönlichkeitsstörung, Zugriff am 08.11.2011, von http://www.narzissmus.net/?page_id=32
- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler*. Heidelberg: Springer Medizin Verlag.
- Brunner, R. & Zeltner, W. (1980). *Lexikon zur Pädagogischen Psychologie und Schulpädagogik*. München Basel: Ernst Reinhard Verlag.
- Bühner, M., & Ziegler, M. (2008). *Statistik für Psychologen und Sozialwissenschaftler*. München: Pearson Deutschland Verlag.
- Bühner, M. (2011). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion*. München: Pearson Studium.
- Buhrich, N., & Morris, G. (1982). Significance of tattoos in male psychiatric patients. *Australien & New Zealand Journal of Psychiatry*, 16, 185-189.
- Burger, T. D., & Finkel, D. (2002). Relationships between body modifications and very high-risk behavior in a college population. *College Student Journal*, 36, 203-214.

- Charlier, S. (2001). *Grundlagen der Psychologie, Soziologie und Pädagogik*.
Stuttgart: Georg Thieme Verlag
- Degelman, D., & Price, N. D. (2002). Tattoos and ratings of personal characteristics. *Psychological Reports, 90*, 507-514.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology, 24*, 285-290.
- Drews, D. R., Allison, C. K., & Probst, J. R. (2000). Behavioral and self-concept differences in tattooed and nontattooed college students. *Psychological Reports, 86*, 475-481.
- Eagly, A. H., Ashmore, R. D., Makhijani, M. G., & Longo, L. C. (1991). What is Beautiful is Good, But...: A Meta-Analytic Review of Research on the Physical Attractiveness Stereotype. *Psychological Bulletin, 110*, 109-128.
- Emmons, R. A. (1984). Factor Analysis and Construct Validity of the Narcissistic Personality Inventory. *Journal of Personality Assessment, 48*, 291-300.
- Ermann, M. (2007). *Psychosomatische Medizin und Psychotherapie. Ein Lehrbuch auf psychoanalytischer Grundlage*. Stuttgart: Kohlhammer GmbH
- Featherstone, M. (1999). Body Modification: An Introduction. *Body & Society, 5*, 1-13.
- Eysenck, H. J. (1944). Types of Personality: A Factorial Study of Seven Hundred Neurotics. *The British Journal of Psychiatry, 90*, 851-861.
- Feingold, A. (1992). Good-Looking People are not what we think. *Psychological Bulletin, 111*, 304-341.
- Forbes, G. B. (2001). College students with tattoos and piercings: Motives, Family experience, Personality Factors, and Perception of others. *Psychological Reports, 89*, 774-786.

- Foster, J. D., & Campbell, W. K. (2007). Are there such things as "Narcissists" in social psychology? A taxometric analysis of the Narcissistic Personality Inventory. *Personality and Individual Differences*, 43, 1321-1332.
- Frederick, C. M., & Bradley, K. A. (2000). A Different kind of normal? Psychological and motivational characteristics of young adult tattooers and body piercers. *North American Journal of Psychology*, 2, 380-392.
- Greif, J., Hewitt, W., & Armstrong, M. L. (1999). Tattooing and body piercings: Body art practices among college students. *Clinical Nursing Research*, 8, 368-385.
- Harry, B. (1987). Tattoos, body experience, and body image boundary among violent male offenders. *Bulletin of the American Academy of Psychiatry and Law*, 15, 171-178.
- Houghton, S. J., Durkin, K., Parry, E., Turbett, Y., & Odgers, P. (1996). Amateur Tattooing Practices and Beliefs Among High School Adolescents. *Journal of Adolescent Health*, 19, 420-425.
- Horne, J., Knox, D., Zusman, J., & Zusman, M. E. (2010). Tattoos and piercings: Attitudes, Behaviors, and interpretations of college students. *College Student Journal*, 41, 1011-1020.
- Kasten, E. (2006). *Body Modification: Psychologische und medizinische Aspekte von Piercing, Tattoo, Selbstverletzung und anderen Körperveränderungen*. München: Ernst Reinhardt Verlag.
- Koch, J. R., Roberts, A. E., Armstrong, M. L. & Owen, D. C. (2005). College students, tattoos, and sexual activity. *Psychological Reports*, 97, 887-890.
- Koziel, S., Kretschmer, W., & Pawlowski, B. (2010). Tattoo and percing as signals of biological quality. *Evolution and Human Behavior*, 31, 187-192.

- Lang, F. R., Lüdtke, O., & Asendorpf, J. B. (2001). Testgüte und psychometrische Äquivalenz der deutschen Version der Big Five Inventory (BFI) bei jungen, mittelalten und alten Erwachsenen. *Diagnostica*, 47, 111-121.
- Laumann, A. E., & Derick, A. J. (2006). Tattoos and body piercings in the United States: A national data set. *Journal of American Academy of Dermatology*, 55, 413-421.
- Lippa, R. A. (2010). Gender Differences in Personality and Interests: When, Where and Why? *Social and Personality Psychology Compass*, 4, 1098-1110.
- Lixx Consult LTD. (2011). Portal zum Thema Piercing und Piercingarten. Zugriff am 02.11.2011, von <http://www.piercing-arten.de/>
- Lotze, M. (2006). Plattform für Body Modification. Zugriff am 02.11.2011, von <http://www.body-modification.org/>
- Manstead, A. S. R., & Hewstone, M. (1995). *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology*. Cambridge: Basil Blackwell.
- Martin, B. A. (2010). More than skin deep: Perceptions of, and stigma against, tattoos. *College Student Journal*, 44, 200-206.
- Mosher, D. L., Oliver, W. A., & Dolgan, J. (1967). Body Image in Tattooed Prisoners. *Journal of Clinical Psychology*, 23, 31-32.
- Nathanson, C., Paulhus, D. L. & Williams, K. M. (2006). Personality and misconduct correlates of body modification and other cultural deviance markers. *Journal of Research in Personality*, 40, 779-802.
- Raskin, R. & Terry, H. (1988). A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 890-902.

- Roberti, J. W., Storch, E. A., & Bravata, E. A. (2004). Sensation seeking, exposure to psychosocial stressors, and body modifications in a college population. *Personality and Individual Differences*, 37, 1167-1177.
- Rohr, E. (2009). Vom sakralen Ritual zum jugendkulturellen Design: Zur sozialen und psychischen Bedeutung von Piercings und Tattoos. Zugriff am 02.11.2011, von <http://www.uni-marburg.de/fb21/schulpaed/institut/personal/rohr/ritual.pdf>
- Saculla, M. M. & Derryberry, W. P. (2004). Addressing Relationship Among Moral Judgement Developement, Narcissism, and Electronic Media and Communication Devices. *Master Theses and Specialist Projects*, 1- 92.
- Schütz, A., Marcus, B., & Sellin, I. (2004). Die Messung von Narzissmus als Persönlichkeitskonstrukt. *Diagnostica*, 50, 202-218.
- Siegmung-Schultze, N. (2007). Gefährliche Körperkunst: Tattoos und Piercings sind beliebt, die Risiken sind den Kunden oft nicht bewusst. *Ärzte Zeitung*. Zugriff am 15. 05. 2012, von <http://www.aerztezeitung.de/medizin/krankheiten/hautkrankheiten/article/455631/gefaehrliche-koerperkunst-tattoos-piercings-beliebt-risiken-kunden-oft-nicht-bewusst.html>
- Singh, D., & Bronstad, P. M. (1997). Sex Differences in the Anatomical Locations of Human Body Scarification and Tattooing as a Function of Pathogen Prevalence. *Evolution and Human Behavior*, 18, 403-416.
- Social Sciences Citation Index (1981) This Week's Citation Classic. *Citation Classic* 45, 14.
- Stangl-Taller, C. (2011) *Lexikon für Psychologie und Pädagogik*. Kapitel: Narzissmus. 1. Zugriff am 09.11.2011, von <http://lexikon.stangl.eu/307/narzissmus/>

- Stangl-Taller, C. (2011) Lexikon für Psychologie und Pädagogik. Kapitel: Extraversion. 1. Zugriff am 07.11.2012, von <http://lexikon.stangl.eu/2011/extravertiertheit-extraversion/>
- Stieger, S., Pietschnig, J., Kastner, C. K., & Voracek, M. (2010). Prevalence and acceptance of tattoos and piercings: a survey of young adults from the southern german-speaking area of central europe. *Perceptual and Motor Skills*, 110, 1065-1074.
- Stirn, A. (2004). Die Selbstgestaltung des Körpers. Narzisstische Aspekte von Tattoo und Piercing. *Psychotherapie im Dialog*, 256-259.
- Stirn, A., Hinz, A., & Brähler, E. (2006). Prevalence of tattooing and body piercing in Germany and perception of health, mental disorders, and sensation seeking among tattooed and body-pierces individuals. *Journal of Psychosomatic Research*, 60, 531-534.
- Stübi, B. (2011). Größenwahn und Schönheitskult. *Insist*, 1. Zugriff am 09.11.2011, von <http://insist.ch/page/index.php?id=431>
- Tate, J. C. & Shelton, B. L. (2008). Personality correlates of tattooing and body piercing in a college sample: The kids are alright. *Personality and Individual Differences*, 45, 281-285.
- Tattoo Models (2011). Plattform für tätowierte Frauen und Männer. Zugriff am 02.11.2011, von <http://tattoosingles.de/body-modification/bodymods.php>
- Tattoonet GbR (2007). Der Szenetreffpunkt im Internet. Zugriff am 02.11.2011, von <http://www.tattoonet.de/index.php?tattoo=geschichte>
- Tewes, U. & Wildgrube, K. (1992). *Psychologielexikon*. München Wien: Oldenbourg Verlag. Zugriff am 07.11.2012, von <http://www.lebenshilfe-abc.de/introversion-extraversion.html>

- Trend Agent GmbH & Piercingstudio (2011). Plattform eines Piercingstudios. Zugriff am 02.11.2011, von <http://www.piercingstudio-wien.at/piercing/piercing-wiki/das-surfacepiercing.php>
- Tweege, J. M. & Campbell, W. K. (2009). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press.
- Wohlrab, S., Fink, B., Kappeler, P. M., & Brewer, G. (2009). Differences in Personality Attributions Toward Tattooed and Nontattooed Virtual Human Characters. *Journal of Individual Differences*, 30, 1-5.
- Wohlrab, S., Stahl, J., Rammsayer, T., & Kappeler, P. M. (2007). Differences in Personality Characteristics Between Body-Modified and Non-Modified Individuals: Associations With Individual Personality Traits and Their Possible Evolutionary Implications. *European Journal of Personality*, 21, 931-951.
- Zimbardo, P. G., & Gerrig, R. J. (2004). *Psychologie*. Kapitel 14: Die menschliche Persönlichkeit (S. 600- 649). München: Pearson Studium.
- Zuckerman, M. (1971). Dimensions of sensation seeking. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 36, 45-52.
- Zuckerman, M., Bone, R. N., Neary, R., Mangelsdorff, D., & Brustman, B. (1972). What is the sensation seeker? Personality traits and experience correlates of the sensation –seeking scales. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 39, 208-321.
- Zuckerman, M. (1994). *Behavioral Expressions and Biosocial Bases of Sensation Seeking*. United States of America: Cambridge University Press.

ANHANG A

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Mittelwerte der Big Five Faktoren (Standardabweichung in Klammern)	- 61 -
Tabelle 2: Mittelwerte der Subskalen des Big Five Faktors „Offenheit“ (Standardabweichung in Klammern).....	- 65 -
Tabelle 3: Mittelwerte der Subskalen des Merkmals „Sensation Seeking“ (Standardabweichung in Klammern).....	- 70 -
Tabelle 4: Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der motivationsspezifischen Items des TVA	- 72 -
Tabelle 5: Rotierte Komponentenmatrix	- 73 -
Tabelle 6: Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für tätowierte Männer	- 78 -
Tabelle 7: Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für nicht-tätowierte Männer.....	- 80 -
Tabelle 8: Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für tätowierte Frauen	- 82 -
Tabelle 9: Mittelwert, Standardabweichung, Varianz und Itemschwierigkeit der attraktivitätsbeurteilenden Items für nicht-tätowierte Frauen	- 84 -

ANHANG B

Fragebogen zum Tattooverhalten

Auf den folgenden Seiten findest du diverse Fragen zu deinem Tattooverhalten. Dabei gibt es keine richtigen oder falschen Antworten, da es um dein ganz persönliches Tattooverhalten geht. Bitte beantworte alle Aussagen zügig. Kreuze die Aussage an, die am besten auf dich zutrifft. Die Mehrzahl (Tattoos) sowie die männliche Schreibweise dienen nur der Einfachheit halber.

1. Allgemeine Angaben zur Person:

1. Geschlecht: m w
2. Alter: _____ Jahre
3. Höchste Abgeschlossene Ausbildung:

Lehre	
Fachschule (Berufsbildende mittlere Schule)	
Meisterprüfung	
AHS/BHS	
FH/UNI	
sonstige Ausbildungen	

4. Derzeitiger Beruf:

In Ausbildung	
Arbeiter	
Angestellter	
Beamter	
Im Ruhestand	
Keine Angabe	

Angabe des derzeitigen Berufes:

2. Fragen zu deinen Tattoos:

1. Wie alt warst du, als du das erste Tattoo bekommen hast? _____ Jahre
2. Wie viele Tattoos hast du? _____ Stk.
3. Bereust du deine Tattoos? Ja Nein

4. **HAUPT**-Motiv von deinem größten Tattoo

- | | | | |
|--------------------|--------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| Tribals/Symbole | <input type="checkbox"/> | Old School (Anker, Herz, Stern, ...) | <input type="checkbox"/> |
| Blumen/Tiere/Natur | <input type="checkbox"/> | Portrait/Pin-Up | <input type="checkbox"/> |
| Schriftzeichen | <input type="checkbox"/> | Totenköpfe/Skelette | <input type="checkbox"/> |
| Andere | _____ | | |

5. An welchen Körperstellen liegen deine Tattoos? Wieviel Prozent dieser Körperstellen sind ungefähr durch die Tattoos bedeckt?

- | | | | |
|---------------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
| Unterarm | <input type="text"/> % | Oberarm | <input type="text"/> % |
| Bauch / Rücken | <input type="text"/> % | Kopf inkl. Nacken | <input type="text"/> % |
| Hüfte/Gesäß | <input type="text"/> % | Oberschenkel | <input type="text"/> % |
| Unterschenkel inkl. Zehen | <input type="text"/> % | | |
| Andere Körperstelle: | _____ | | |

6. Fragen zur Motivation

Untenstehend findest du eine Reihe von Gründen, die jemanden dazu bewegen können, sich tätowieren zu lassen. Bitte gib an, in welchem Ausmaß die Aussagen auf dich persönlich zutreffen oder nicht zutreffen. Es gibt sechs verschiedene Antwortmöglichkeiten. Kreuze bitte das für dich entsprechende Kästchen an. Bitte beantworte alle Fragen

Nr.	Ich ließ mich tätowieren, ...						
		Trifft sehr zu	Trifft zu	Trifft etwas zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
1	... um eine gemeinschaftliche Bindung zu stärken	1	2	3	4	5	6
2	... weil ich „auffallen“ will	1	2	3	4	5	6
3	... um eine neue Erfahrung zu machen	1	2	3	4	5	6
4	... um mich selbst darzustellen, so wie ich bin	1	2	3	4	5	6
5	... um einen Lebensabschnitt/Ereignis festzuhalten	1	2	3	4	5	6
6	... um zu schockieren	1	2	3	4	5	6
7	... um meine Individualität zu unterstreichen	1	2	3	4	5	6
8	... weil es gerade „In“ war	1	2	3	4	5	6
9	... um zu rebellieren	1	2	3	4	5	6
10	... um speziell und einzigartig zu sein	1	2	3	4	5	6
11	... anderer Grund: _____						

3. Attraktivitätsbeurteilung

Untenstehend findest du eine Reihe von Eigenschaften, die als Charaktermerkmale fungieren. Bitte gib an, in welchem Ausmaß die Eigenschaften, deiner persönlichen Meinung zutreffen. Damit dir die Entscheidung leichter fällt, denke an eine bestimmte Person, die deiner Meinung nach die Kategorie der tätowierten Männer bzw. Frauen und Nicht-Tätowierten Männer bzw. Frauen am ehesten vertritt. Kreuze bitte das entsprechende Kästchen an.

Nr.	Tätowierte Männer sind ...						
		Trifft sehr zu	Trifft zu	Trifft etwas zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
1	kontaktfreudig	1	2	3	4	5	6
2	glücklich	1	2	3	4	5	6
3	freundlich	1	2	3	4	5	6
4	sexuell aufgeschlossen	1	2	3	4	5	6
5	extrovertiert	1	2	3	4	5	6
6	sympathisch	1	2	3	4	5	6
7	selbstsicher	1	2	3	4	5	6
8	ausgeglichen	1	2	3	4	5	6
9	durchsetzungsfähig	1	2	3	4	5	6
10	dominant	1	2	3	4	5	6

Nr.	Nicht-tätowierte Männer sind ...						
		Trifft sehr zu	Trifft zu	Trifft etwas zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
1	kontaktfreudig	1	2	3	4	5	6
2	glücklich	1	2	3	4	5	6
3	freundlich	1	2	3	4	5	6
4	sexuell aufgeschlossen	1	2	3	4	5	6
5	extrovertiert	1	2	3	4	5	6
6	sympathisch	1	2	3	4	5	6
7	selbstsicher	1	2	3	4	5	6
8	ausgeglichen	1	2	3	4	5	6
9	durchsetzungsfähig	1	2	3	4	5	6
10	dominant	1	2	3	4	5	6

Nr.	Tätowierte Frauen sind ...						
		Trifft sehr zu	Trifft zu	Trifft etwas zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
1	kontaktfreudig	1	2	3	4	5	6
2	glücklich	1	2	3	4	5	6
3	freundlich	1	2	3	4	5	6
4	sexuell aufgeschlossen	1	2	3	4	5	6
5	extrovertiert	1	2	3	4	5	6
6	sympathisch	1	2	3	4	5	6
7	selbstsicher	1	2	3	4	5	6
8	ausgeglichen	1	2	3	4	5	6
9	durchsetzungsfähig	1	2	3	4	5	6
10	dominant	1	2	3	4	5	6

Nr.	Nicht-tätowierte Frauen sind ...						
		Trifft sehr zu	Trifft zu	Trifft etwas zu	Trifft eher nicht zu	Trifft nicht zu	Trifft gar nicht zu
1	kontaktfreudig	1	2	3	4	5	6
2	glücklich	1	2	3	4	5	6
3	freundlich	1	2	3	4	5	6
4	sexuell aufgeschlossen	1	2	3	4	5	6
5	extrovertiert	1	2	3	4	5	6
6	sympathisch	1	2	3	4	5	6
7	selbstsicher	1	2	3	4	5	6
8	ausgeglichen	1	2	3	4	5	6
9	durchsetzungsfähig	1	2	3	4	5	6
10	dominant	1	2	3	4	5	6