

گرایش‌های نام‌گذاری زنان و مردان چهار نسل ایران از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی

بهمن زندی* (گروه زبان‌شناسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران)

الهه واثق (گروه زبان‌شناسی و زبان‌های خارجی، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران)

چکیده

زبان به‌عنوان یک نظام نشانه‌ای با انتقال معنا به ایجاد، حفظ، تقویت یا تضعیف و قطع روابط بین انسان‌ها می‌پردازد. لاینز (۱۹۷۷) معتقد است معنایی که زبان منتقل می‌کند بر سه دسته است: معنای توصیفی، معنای بیانی و معنای اجتماعی. در این میان «نام‌گذاری» به‌عنوان یک پدیده زبانی خود به نوعی منتقل‌کننده این معانی است، گرچه ممکن است در هر نامی یکی از این معانی برجستگی بیشتری پیدا کند. در این مقاله سیر تحول نام‌گذاری در چهار نسل در یکی از سازمان‌های دولتی شهر تهران بررسی شده است. بر همین اساس، ۳۱۰۸ نام از متولدین سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۹۸ از طریق درخت خویشاوندی جمع‌آوری شد. این اسامی در چهار گروه هویتی شامل هویت‌های مذهبی، ملی، فراملی و خنثی گردآوری شده‌اند. داده‌های به‌دست‌آمده در هر یک از گروه‌های هویتی به‌صورت کلی و از سوی دیگر براساس جنسیت افراد با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و آزمون‌های استنباطی تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد نام‌های برگرفته از هویت مذهبی بالاترین فراوانی و پس از آن نام‌های ملی، خنثی و فراملی به‌ترتیب بیشترین فراوانی را در این تقسیم‌بندی به خود اختصاص می‌دهند. بررسی سیر تحول نام‌ها نشان می‌دهد که در نسل چهارم (نسل پایانی مورد تحقیق) اسامی ملی روندی رو به رشد داشته، اما اسامی مذهبی سیری نزولی. گرایش به نام‌های فراملی که در نسل‌های اول بسیار اندک بوده است در نسل‌های بعدی سیر صعودی پیدا کرده است. در خصوص نام‌هایی با هویت‌های ملی و خنثی، نتایج

* نویسنده مسئول zandi@pnu.ac.ir

نشان می‌دهد که نام‌های کهن در هر دو جنس زن و مرد روندی رو به رشد داشته است.

کلیدواژه‌ها: زبان‌شناسی اجتماعی، نام‌گذاری، هویت، جنسیت

۱. مقدمه

زبان‌شناسی اجتماعی نوعی خاص از مطالعات زبانی است که از بررسی انتزاعی زبان فاصله می‌گیرد و آن را به‌عنوان پدیده‌ای فرهنگی و اجتماعی بررسی می‌کند. این رویکرد پژوهشی که در نیمه نخست قرن بیستم با انتقادهای جدی آنتوان میه از زبان‌شناسی انتزاعی دوسوسور شکل گرفت، در دهه هفتاد سده گذشته به‌طور گسترده مورد توجه واقع شد و زبان‌شناسانی چون بازیل برنشتاین، ویلیام لباو، چارلز فرگوسن، جان گامپرز، پیتیر ترادگیل و... به بررسی همبستگی متغیرهای زبانی و متغیرهای اجتماعی پرداختند. براساس زبان‌شناسی اجتماعی میان ساخت زبان و ساخت جامع و روندها و متغیرهای زبانی و اجتماعی، رابطه‌ای نزدیک و تنگاتنگ وجود دارد (مدرسی، ۱۳۶۸) و اگرچه برخی زبان‌شناسان، میان دو اصطلاح جامعه‌شناسی زبان و زبان‌شناسی اجتماعی تمایز قائل شده‌اند چنانکه فیشمن (۱۹۷۲) معتقد است که جامعه‌شناسی زبان، حوزه‌ای گسترده دارد و برخورد آن با زبان بیشتر جامعه‌شناختی است، اما زبان‌شناسی اجتماعی در واقع همان زبان‌شناسی است که در مطالعه زبان، بافت اجتماعی فرهنگی را نیز بررسی می‌کند.

نام‌شناسی^۱ در حوزه‌های مختلفی از علوم همواره مورد توجه پژوهشگران بوده است. باستان‌شناسان، شواهد مهمی از تمدن‌های گذشته را از نام‌ها استخراج کرده‌اند. مورخان ردپای حوادث و وقایع تاریخی، سکنی‌گزینی بشر اولیه و الگوی مهاجرت را در نام‌ها دنبال می‌کنند. مردم‌شناسان با مطالعه نام‌ها به شواهدی محکم برای شکل‌گیری جوامع بشری و ساختارهای بدوی اجتماع رسیده‌اند. جامعه‌شناسی نیز بخشی از مدارک مستدل برای تبیین تغییر و تحولات اجتماعی را از نام‌ها به‌دست

1. onomastics or onomatology

می‌آورد همان‌طور که زبان‌شناسی از طریق مطالعه نام‌ها به شواهدی از زبان‌های مرده، رو به انقراض و البته پیش‌بینی‌گونه‌های جدی زبانی می‌پردازد (شاه‌ناصری، ۱۳۹۶).
 امروزه با گسترش حوزه‌های میان‌رشته‌ای، مطالعات در حوزه نام‌شناسی نیز به‌لحاظ نظری و کاربردی تحول اساسی پیدا کرده و یافته‌ها از جامعیت بیشتری برخوردار شده است. آلگو^۱ (۱۹۹۲) اعتقاد دارد نخستین مطالعات در حوزه نام‌شناسی زبانی در زیرمجموعه زبان‌شناسی تاریخی با هدف پیدا کردن ریشه‌شناسی^۲ انجام شده است سپس در پایان قرن بیستم، تخصصی‌تر شده و به دیگر شاخه‌های زبانی راه یافته است. چمبرز^۳ (۲۰۰۶) نام‌شناسی را مطالعه گروه اسمی یا یک اسم خاص تعریف کرده و فهرستی از انواع اسم خاص یا به تعبیر دقیق‌تر، نام ارائه می‌کند. این فهرست طولانی شامل بررسی نام، نام خانوادگی، لقب، نام مکان، نام محصولات تجاری، عنوان همایش‌ها، نام شهرها، کشورها و راه‌های ارتباطی و هر اسم خاص دیگر است (شاه‌ناصری، ۱۳۹۶).

در جامعه ایران، نام‌گذاری کودکان عمدتاً براساس باورهای فرهنگی و عرف حاکم بر جامعه صورت گرفته است، چنانکه در دوره اساطیری، انتخاب نام‌های حماسی مانند رستم، فراسیاب، سهراب، سیاوش مرسوم بوده است. سنت دیگر، زمان نام‌گذاری بوده که به فاصله تولد کودک انجام نمی‌شده بلکه هنگامی که فرزند به سن ازدواج می‌رسیده بر او نام می‌گذاشته‌اند. این سنت البته در حوزه نشانه‌شناسی نام بررسی می‌شود. ربیعی (۱۳۸۰) با بررسی گرایش‌های حاکم در زمان گرویدن ایرانیان به اسلام، یکی از گرایش‌های مردان ایرانی را انتخاب نام‌های مذهبی به‌خصوص نام پیامبر اسلام و ائمه اطهار برای فرزندان‌شان پس از تولد عنوان می‌کند. بنابراین با تغییر دوره اجتماعی در سنت نام‌گذاری ایرانیان تحولی اساسی روی داده است. چنین نگرشی مؤید آن است که نام در ادوار مختلف اجتماعی ایران، صرفاً ابزار خطاب تلقی نمی‌شده بلکه انعکاسی از علایق و باورهای فرهنگی اجتماعی بوده است. آنچه

1. Algeo
 2. etymology
 3. Chambers

در قانون ثبت احوال مقرر بر ماده بیست آمده حق انتخاب نام فرزند را برای والدین به رسمیت می‌شناسد؛ اما از سال ۱۳۷۰ با شروع مهندسی فرهنگ نام و نام‌نویسی علی‌رغم میل والدین گذاشتن برخی نام‌ها که گاهی سبقه بومی داشت مانند دختر بس، کفتر، زیادی و گرگ‌آقا ممنوع اعلام شد.

هدف پژوهش حاضر بررسی پیوند میان هویت ملی، مذهبی و فراملی و تأثیر آن‌ها بر روند نام‌گذاری زنان و مردان بین سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۹۸ است و با توجه به توضیحاتی که ارائه شد، در این تحقیق عوامل تأثیرگذار بر روند تغییر نام‌ها شناسایی شده است. بر مبنای مطالعات اولیه‌ای که صورت گرفت این نتیجه به دست آمد که جنسیت به‌عنوان عاملی برای تفکیک اهمیت و کاربرد نام‌ها، دوره‌های تاریخی به‌عنوان عامل شناسایی تغییرات به‌وجود آمده طی دهه‌های مختلف و تأثیر هویت‌های چندگانه در میان احاد جامعه می‌توانند از جمله عواملی باشند که در بررسی چگونگی این تحولات تأثیر دارند؛ از این رو در این تحقیق پرسش‌های زیر مد نظر قرار گرفت:

۱. تأثیر هویت‌های چندگانه بر نام‌گذاری افراد در طول چهار نسل (پدر و مادر پدربزرگان و مادربزرگان، پدربزرگان و مادربزرگان، پدران و مادران، فرزندان) مورد بررسی به چه میزان بوده است؟

۲. در گرایش به هویت‌های چندگانه در امر نام‌گذاری به تفکیک جنسیت، چه روندی مشاهده می‌شود؟

۳. در گذر زمان سیر تحول نام‌گذاری فرزندان با توجه به انواع هویت‌ها چگونه بوده است؟

۲. پیشینه پژوهش

۱. پژوهش‌های انجام‌شده

فلورنسکی^۱ در مجموعه مقالاتی که طی سال‌های ۱۹۸۸ تا ۱۹۹۰ تحت عنوان نام‌ها انجام داده، مجموعه‌ای از نام‌های روسی را از زوایای مختلفی چون توجه به

1. Florensky

مشخصه‌های روان‌شناسی، زبان‌شناسی، اصوات و نشانه‌های نوشتاری، معانی فولکلوریک، خاستگاه و نقش‌های اجتماعی نام‌ها بررسی کرده است.

فرث^۱ (۱۹۸۷) نیز در مجموعه نام‌هایی که بررسی کرده به موارد انسان‌شناختی چون اوضاع محیطی، خصایص فیزیکی و رفتاری افراد توجه نشان داده است. لیبرسون^۲ (۱۹۸۴) برای شناسایی تحولات و تغییرات فرهنگی و اجتماعی در دوره‌های زمانی مختلف به بررسی نام‌ها پرداخته است. به اعتقاد او نام‌هایی که برای کودکان انتخاب می‌شود برگرفته از تصورات والدین نسبت به فرزند تازه متولد شده و انطباق نام او با خاستگاه قومی آن‌هاست. در ایران نیز عبدی (۱۳۷۶) و رجب‌زاده (۱۳۷۸) به تحلیل‌هایی در حیطه نام‌گذاری و تحولات اجتماعی فرهنگی دست زده‌اند که در ادامه به تفسیر و توضیح طبقه‌بندی نام‌ها از دیدگاه آن‌ها می‌پردازیم

آگیکوم^۳ (۲۰۰۶) پژوهشی مردم‌شناختی روی نام‌های اشخاص در قبیله آکان در غنا انجام داده است. آگیکوم نام‌گذاری را بعد مهمی از جامعه آکان و نام‌ها را دارای معنا و کارکردی فرهنگی اجتماعی می‌داند. در رده‌بندی او از نام‌های خاص آکان، نام‌ها به چند دسته تقسیم می‌شوند: ۱. نام روزها (براساس روز تولد)؛ ۲. نام خانواده (نیاکان)؛ ۳. نام‌های موقعیتی (مکان تولد، زمان تولد، نحوه تولد، یعنی ترتیب فرزندان)؛ ۴. نام برگرفته از گل و گیاه؛ ۵. نام مرتبط با خدا(یان)، مثل Nyamekye به معنای هدیه خدا؛ ۶. نام‌های افتخاری؛ ۷. اسم مستعار؛ ۸. نام مشاغل، گروه‌ها و بازی‌ها.

یافته‌های پژوهش لمبارد (۲۰۰۸) بر روی نام اشخاص در قبیله نیتسیتاپی^۴، ساکن ایالت‌های مونتانا و آیداهو در آمریکا و ایالت آلبرتا در کانادا، حاکی از این است که نام اشخاص در نیتسیتاپی جزء لاینفک سنت‌های فرهنگی اجتماعی‌اند.

-
1. Firth
 2. Liberson
 3. Agyekum
 4. God's gift
 5. Niitsitapi

پژوهش عبدالکریم (۲۰۱۴) رواج و تکرر کاربرد برخی اسم‌ها (اسم چهارده معصوم و یاران آن‌ها) را در میان شیعه‌های عراق و اسامی دیگری (اسم خلفا و برخی از صحابه) را در بین سنی‌ها نشان می‌دهد.

بررسی اسامی در ایران مورد توجه بسیاری از پژوهشگران قرار گرفته است که از آن جمله می‌توان به ایمانی (۱۳۶۳)، میرخلیل‌زاده ارشادی (۱۳۷۲)، عبدی (۱۳۷۴)، بحرانی (۱۳۷۷) و علی‌نژاد و طیب (۱۳۸۲) اشاره کرد. اگرچه در این پژوهش‌ها بیشتر به ابعادی چون تحلیل منابع نام‌گذاری، علل گرایش به تغییر نام و همچنین تعیین گرایش دینی در نام‌گذاری پرداخته شده، به ساختار زبانی این اسامی به صورت مختصر اشاره شده که در این قسمت، معرفی و تحلیل خواهند شد.

حبیبی (۱۹۹۲) در تحقیق خود اسامی ثبت ده در ثبت اسناد شهر همدان را در دو مرحله به سه مقوله نام‌های اسلامی، عربی غیراسلامی و فارسی تقسیم کرده است. از آنجا که او نام‌ها را وسیله‌ای برای دستیابی به نگرش و ارزش‌های انتخاب‌کنندگان می‌داند، برای بررسی نام‌ها، از متغیر نواحی ثبت احوال به عنوان شاخص پایگاه اقتصادی اجتماعی استفاده کرده است. وی در مرحله اول اسامی را براساس ریشه زبانی آن‌ها به عربی و فارسی غیرعربی و در مرحله دوم اسامی عربی را به دو دسته دینی (نام پیامبران و ائمه) و غیردینی تقسیم می‌کند. نتایج تحقیقات بیانگر این مسئله بود که محبوبیت اسامی اسلامی در میان اهالی ناحیه دارای درآمد کم ب مراتب بیشتر است تا در میان اهالی دارای درآمد بالا (حبیبی، ۱۹۹۲). در مقابل، عبدی (۱۳۷۶) با انتقاد از مقوله‌بندی مذکور، نام‌ها را در پنج مقوله غربی، اسلامی، خنثی، ملی و خرده‌فرهنگ طبقه‌بندی کرده و سپس گرایش اسلامی را به مقولات فرعی تقسیم می‌کند. عبدی معتقد است دسته‌بندی حبیبی منعکس‌کننده همه گرایش‌های فرهنگی موجود در ایران نیست. اما رجب‌زاده (۱۳۷۸) معتقد است به‌رغم مقولات متعددی که عبدی (۱۳۷۶) در طبقه‌بندی خود در نظر گرفته، مقوله‌بندی وی جامع و مانع نیست و تمام اسامی را در بر نمی‌گیرد. لذا با در نظر گرفتن کاستی‌های پژوهش حبیبی و مقوله‌بندی ذهنی، عبدی دسته‌بندی دیگری ارائه می‌دهد. او نام‌ها را بر حسب ریشه زبانی به چهار

مقوله فارسی، عربی، غربی و ترکی تقسیم کرده و بعد آن‌ها را از هم تفکیک می‌کند. وی براساس طبقه‌بندی ارائه‌شده اقدام به تحلیل داده‌ها کرده است.

ایمانی (۱۳۶۳) در پژوهشی به بررسی نقش هویت ملی و هویت مذهبی در انتخاب نام در استان فارس پرداخته است. براساس یافته‌های این تحقیق، به غیر از پاسخگویان ترک‌زبان، در بقیه گروه‌های قومیتی، انتخاب نام مذهبی برای فرزند بیشتر از دیگر نام‌ها بوده است.

عسکری کرمانی (۱۳۸۱) که اسامی ۲۱۴۸ نفر در فاصله زمانی ۱۳۶۲-۱۳۶۶ در کرمان را تحلیل کرده نشان می‌دهد که اسامی اسلامی عربی از محبوبیت بیشتری برخوردارند. وی ۵۰ درصد از اسامی دختران مورد مطالعه را عربی، ۴۰ درصد را فارسی و ۱۰ درصد بقیه را از زبان‌های دیگر بر شمرده است. همچنین در خصوص اسامی پسران، وی ۳۱ درصد از اسامی ساده پسران را فارسی، ۶۲ درصد را عربی و بقیه را از سایر زبان‌ها بر شمرده است.

یکی از پژوهش‌هایی که جامع‌تر به تحلیل اسامی پرداخته، علی‌نژاد و طیب (۱۳۸۲) است. در این تحقیق که در خصوص نام‌گذاری اشخاص در سال ۱۳۷۷ در اصفهان صورت گرفته، ادعا شده است که در اسامی مردان همه ۲۱ اسم که بیشترین فراوانی را داشته‌اند عربی می‌باشند. در خصوص زنان نیز از ۲۱ اسمی که بیشترین فراوانی را داشته‌اند ۱۵ اسم عربی، ۵ اسم فارسی و یک اسم یونانی می‌باشند.

نجاتی حسینی و افشار (۱۳۸۸) با مطالعه تحول نام‌گذاری فرزندان در شهر تهران در طول چند دوره (دوره انقلاب، دوره جنگ، دوره پایان جنگ، دوره سازندگی و دوره اصلاحات) در دو منطقه شمال شهر و پایین شهر تهران به این یافته می‌رسند که تغییر در ارزش‌ها، در تغییر نام‌گذاری فرزندان خود را نمایان می‌سازد.

محمدپور و همکاران (۱۳۹۳) با مطالعه پارامترهای هویت فرهنگی زنان مریوان در سه لایه هویتی که یکی از مؤلفه‌های سنجش هویت ملی زبان فارسی و هویت قومی زبان است به این نتیجه رسیده‌اند که هویت غالب در گروه مورد بررسی هویت

قومی است. هویت مدرن به تدریج در آینده تقویت خواهد شد و هویت ملی و مذهبی تضعیف می‌شود.

دانش و قربانی (۱۳۹۶) در تحقیقی به بررسی فرهنگ نام و نام‌گزینی در استان هرمزگان پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بین متغیرهای دینداری و ملی‌گرایی خانواده‌ها و انتخاب نوع نام رابطه معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد، به این صورت که خانواده‌هایی که از دینداری بالاتری برخوردارند بیشتر به اسامی اسلامی و پس از آن به اسامی قومی گرایش دارند و برعکس، خانواده‌هایی که از دینداری کم‌تری برخوردارند به اسامی ملی و سپس فارسی خشی گرایش دارند.

اسلامی راسخ و احمدوند (۲۰۱۵) تنوع نام‌گذاری در استان کردستان برحسب هویت قومی و بررسی عوامل اجتماعی برانگیزاننده نام‌گذاری در بین قوم کرد در ایران را هدف قرار داده‌اند. به گفته آن‌ها، نام‌گذاری از هویت فرهنگی نام‌گذاران حکایت دارد و یکی از ابعادی که بر آن پرتو می‌افکند، آشکار ساختن عرف‌ها و ارزش‌های اجتماعی در یک منطقه است.

مروری بر مباحث مطرح‌شده نشان می‌دهد که محتوای معانی نام‌ها صرفاً نشان‌دهنده منبع و ریشه آن‌ها نیست، بلکه حالات روحی و روانی، زمینه‌های تولد، عقاید و اموری نظیر آن در این محتوا دخیل‌اند. تحقیقاتی که محققان کشورهای مختلف در حوزه اسامی اشخاص انجام داده‌اند، مبین حالت‌های روانی، رابطه خویشاوندی، سلسله‌مراتب اقتدار و گرایش‌های نژادی و قشربندی اجتماعی است.

۳. نام‌گذاری

با اطمینان نمی‌توان گفت که انسان از چه تاریخی به اهمیت نام‌گذاری پی برده است. انسان اولیه متوجه شد که ایجاد ارتباط با دیگران فقط از طریق اشاره کافی نیست؛ چون اشاره فقط می‌توانست چیزهایی را که به‌طور مستقیم در محیط مشترک آن‌ها حضور دارند، مشخص کند. اگر خطر در جای دیگری در کمین بود یا فرد دیگری را تهدید می‌کرد، او نمی‌توانست با کمک اشاره، دیگران را مطلع سازد. هنگامی که انسان به اهمیت این مسئله پی برد که باید به همه چیزهای مهم و

تکرارشونده اطرافش نامی اختصاص دهد، نه تنها توانست به چیزهایی که در حوزه دیدش قرار ندارند، اشاره کند و با دیگران ارتباط لازم برقرار کند، بلکه توانست به آرامش درونی نیز دست یابد (علی‌نژاد و طیب، ۱۳۸۲).

لاینز^۱ (۱۹۹۷) معتقد است اسم‌های خاص می‌توانند در زبان نقش‌های ارجاعی^۲، شبه‌ارجاعی^۳ و خطابی^۴ داشته باشند، اما مفهوم ندارند یا به‌عبارتی فاقد نوعی از معنایی که بتواند آن‌ها را به‌عنوان یک طبقه از اسم‌های عام جدا کند. با این حال اسم‌های خاص می‌توانند دارای معنای نمادین^۵، ریشه‌شناختی^۶ یا ترجمه‌ای^۷ باشند. به هر حال به‌نظر می‌رسد همین معنایی نام است که در فرهنگ‌های مختلف ارزش‌های متفاوتی را برای آن می‌آفریند. در واقع، نام به‌عنوان یک دال^۸ معنایی و ارزش خود را تا حد زیادی از رابطه‌ای که با مدلول^۹ اولیه خود برقرار می‌سازد کسب می‌کند.

مهم‌ترین کارکرد نام، هویت‌بخشی به فرد در جامعه است. طبق آنچه احمدی (۱۳۸۸) می‌آورد، هویت را فرایندی می‌داند که امری فردی و در عین حال اجتماعی است. بدین ترتیب، میان اجتماع و فرد نوعی رابطه برقرار می‌کند. جامعه‌شناسان هویت را احساسی می‌دانند که فرد در جامعه به آن دست می‌یابد و سپس با تکیه بر اشتراکات یا تفاوت‌هایی که با گروه‌های دیگر دارد، به درک احساس هویت مستقل می‌رسد. هویت فرایند پاسخگویی آگاهانه فرد به مجموعه‌ای از پرسش‌ها درباره خودش می‌باشد. مثلاً درباره گذشته‌اش و اینکه او کیست، کجا بوده، چه بوده، چه هست و به چه قبیله، نژاد یا ملیتی تعلق دارد، منشأ اصلی‌اش کجاست و در پی‌ریزی و توسعه تمدن جهانی چه نقشی داشته است (قمری و حسن‌زاده، ۱۳۸۹).

1. Lyons
2. referential
3. pseudo-referential
4. addressing
5. symbolic
6. rhetorical
7. translational
8. signifier
9. signified

در دوران ساسانیان و در میان زرتشتیان رسم بود که هر گاه مادری زایمان می‌کرد و نوزادی به دنیا می‌آورد، پیش از آنکه برای نخستین بار پستان به دهانش بگذارند، موبد ویژه‌ای را خبر می‌کردند. موبد دعای ویژه‌ای در گوش نوزاد زمزمه می‌کرد و او را به نامی که برایش نهاده بودند، می‌نامید و آنگاه کودک را با پراهوم یا آب هوم تقدیس می‌کرد و بر سرش آب هوم می‌ریخت و این همان رسمی است که مسیحیان به نام غسل تعمید انجام می‌دهند (بهرامی، ۱۳۸۳).

مروری بر مباحث مطرح‌شده نشان می‌دهد که محتوای معانی نام‌ها صرفاً نشان‌دهنده منبع و ریشه اشتقاق آن‌ها نیست، بلکه حالات روحی و روانی، زمینه‌های تولد، عقاید و اموری نظیر آن در این محتوا دخیل‌اند. تحقیقاتی که محققان کشورهای مختلف در حوزه اسامی اشخاص انجام داده‌اند، مبین حالت‌های روانی، رابطه خویشاوندی، سلسله‌مراتب اقتدار و گرایش‌های نژادی و قشربندی اجتماعی است.

۳. ۱. نام‌ها و هویت‌های چندگانه

در ایران تاکنون تنها چند پژوهش در حوزه نام‌گذاری انجام شده است که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: حبیبی (۱۹۹۲)، عبدی (۱۳۷۶)، رجب‌زاده (۱۳۷۸). در این پژوهش داده‌ها با توجه به ریشه و خاستگاه خود ابتدا در چهار گروه هویتی، نام‌های ملی، مذهبی، فراملی و خنثی طبقه‌بندی شدند که این طبقه‌بندی براساس پژوهش زندگی و همکاران (۱۳۹۶) در خصوص روند نام‌گذاری فرزندان در شهر مهاباد از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی انجام شده است.

۳. ۱. ۱. نام‌های ملی

منظور از این نام‌ها، نام‌هایی هستند که از نظر معناشناسی به زبان فارسی مربوط بوده و دارای ریشه فارسی و نام شخصیت‌های ملی، تاریخی و اساطیری ایران هستند؛ کوروش، آرشام، آریو و همچنین نام شخصیت‌های علمی و فرهنگی که تحت عنوان نام مشاهیر قرار می‌گیرند. این نام‌ها شامل زیرمقوله‌های پایین می‌شوند:

۳. ۱. ۱. ۲. مقوله نام‌های کهن یا شاهنامه‌ای

در این مقوله‌بندی به نام‌هایی اشاره می‌گردد که مربوط به تاریخ ایران باستان هستند یا نام شخصیت‌های اسطوره‌ای و پهلوانانی که در شاهنامه آمده‌اند. نام‌های پسرانه از این دست در مقایسه با نام‌های دخترانه از این مقوله از فراوانی بیشتری برخوردارند؛ نام‌هایی مانند کوروش، داریوش، فرهاد و نیز نام‌هایی چون سهراب و سیاوش برای پسران و نام‌های منیژه، میترا یا تهمینه در این مقوله واقع می‌شوند.

۳. ۱. ۲. نام‌های مذهبی

نام‌های خداوند که در کتب مختلف دینی از آن‌ها یاد شده، نام‌ها و القاب پیامبر(ص) و امامان و به‌طور کلی شخصیت‌های دین اسلام و سایر ادیان در این گروه گنجانده می‌شوند. نام محمد، علی، ابوبکر، عایشه و نام‌هایی مانند ابراهیم، صالح، یوسف، داوود، سلیمان، سارا، آسیه، مریم، یعقوب و ایوب.

۳. ۱. ۳. نام‌های فراملی

نام‌های خارجی در این دسته قرار می‌گیرند. البته این دسته غیر از نام‌های مذهبی است که علی‌رغم خارجی بودن به دلیل تعلقات دینی افراد در گروه جداگانه‌ای قرار دارند. این نام‌ها شامل نام‌های اروپایی مانند تانیا و دیانا، ترکی (آیدا، ارسلان، سولماز)، نام‌های با ریشه عربی و با مفهومی غیرمذهبی (شکیلا) و غیره هستند.

۳. ۱. ۴. مقوله خشتی

از آنجایی که برخی از اسامی در هیچ‌یک از گروه‌های مذکور قابل طبقه‌بندی نبوده است، گروه چهارمی در این پژوهش با عنوان خشتی برای طبقه‌بندی این افراد در نظر گرفته شد که مقوله‌های مشاهیر، مفهومی و طبیعت را می‌توان در این مجموعه دانست. عبدی (۱۳۷۶) استفاده از کلمه خشتی را برای نام‌های صرفاً قراردادی از حیث قرار گرفتن در طیف گرایش فرهنگی موجود می‌داند. به‌زعم ایشان این اسامی از حیث گرایش ملی، قومی و اسلامی، خشتی هستند.

۳. ۱. ۴. ۱. مقوله مشاهیر

نام شخصیت‌های ادبی، هنری، اجتماعی، علمی و سیاسی برای نام‌گذاری که ضرورتاً معاصرند نه کهن همچون نیما و سینا (با وجود ریشه عربی) در این مقوله گنجانده می‌شود.

۳. ۱. ۴. ۲. مقوله مفهومی

نام‌هایی که معنای واژگانی دارند و دارای بار معنایی مثبت و احیاناً منفی هستند، یا آن‌گونه که لاینز (۱۹۷۷) معتقد است، نمادین هستند یا معنای ضمنی دارند در این گروه قرار می‌گیرند. معنای ضمنی ممکن است از یک فرهنگ به فرهنگ دیگر متفاوت باشد. گاهی این نام‌ها مصداق پدیده‌های غیر فرد هستند و این به‌ویژه در نام دختران مشهود است؛ برای مثال، نام‌هایی مانند پریا، پریسا، پریناز یا پریان که به‌دلایل زیباشناختی یا شکوه و عظمت بخشیدن به دختران مورد استفاده قرار می‌گیرد و مفهوم نام به پری‌ها و فرشته‌ها ارجاع می‌دهد که در جهان خارج صورت عینی ندارند.

۳. ۱. ۴. ۳. مقوله طبیعت یا نام‌های الهام‌گرفته از طبیعت

منظور آن دسته از نام‌های هستند که به پدیده‌های طبیعی و گیاهان و اجرام آسمانی ارجاع می‌دهند. نام‌هایی مانند نیلوفر، سحر، ستاره، اختر و مهتاب برای دختران در فارسی و مقوله مکان به‌عنوان مقوله طبیعت برای پسران در این پژوهش در نظر گرفته شد که شامل نام‌هایی مانند البرز و سهند در فارسی پسرانه می‌شود.

بنابراین در این مقاله اسامی جمع‌آوری‌شده با توجه به تعاریف و توضیحات ارائه‌شده در این بخش در ۴ گروه هویتی مذهبی، ملی، فراملی و ختشی گردآوری شده‌اند و داده‌های به‌دست‌آمده در هر یک از این گروه‌ها از یک سو به‌صورت کلی و از سوی دیگر براساس جنسیت افراد تحلیل شدند. از این رو تلاش شده است که در این پژوهش نشان دهیم که در هر یک از نسل‌های انتخابی افراد با توجه به مفاهیم

ارائه شده بیشتر از کدامیک از نام‌های موجود استفاده می‌کنند تا در نهایت بتوانیم سیر تحول نام‌ها را در یک گروه تعیین شده به خوبی نمایان سازیم.

۴. روش پژوهش

۴.۱. شرکت کنندگان

در این مقاله سیر تحول نام‌گذاری در چهار نسل در یکی از سازمان‌های دولتی شهر تهران بررسی شده است. بر همین اساس، ۳۱۰۸ نام (مجموع نام‌های چهار نسل) از متولدان سال‌های ۱۳۰۰ تا ۱۳۹۸ از طریق درخت خویشاوندی با همکاری کارکنان آن مجموعه با هدف بررسی هویت نام‌ها جمع‌آوری شده است. در این تحقیق ۱۰۰ نفر از کارکنان این سازمان دولتی اسامی چهار نسل از خانواده خود را که شامل اجداد پدربزرگان، مادر بزرگان، مادران و پدران و همچنین فرزندان خود بوده را به محققان ارائه داده‌اند و سپس محققان این اسامی را به صورت نمودار درختی که معروف به درخت خویشاوندی است، درآورده و بررسی کردند.

۴.۲. محتوای داده‌های پژوهش

داده‌هایی که در این پژوهش بررسی می‌شوند نام‌های چهار نسل مختلف از افراد را شامل می‌شود که این چهار نسل شامل پدر و مادر پدربزرگان و مادربزرگان، پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها، مادران و پدران و فرزندان می‌شود. بر همین اساس هر یک از کارکنان حاضر در این سازمان اسامی چهار نسل خود را در اختیار محققان قرار داده تا در نهایت بتوان سیر تکاملی تغییر نام‌گذاری در این نسل‌ها بررسی شود.

۴.۳. روش و تحلیل پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیق توصیفی تحلیلی است. روش گردآوری داده‌ها میدانی بوده ولی برای پیشینه مربوط به این پژوهش و همچنین مبانی نظری موجود از روش کتابخانه‌ای استفاده شد. برای دستیابی به نام‌های چهار نسل مورد بررسی، از کارکنان یکی از سازمان‌های دولتی استفاده شده است. در این زمینه صد نفر از کارکنان به صورت تصادفی (خوشه‌ای) انتخاب شده‌اند. از آن‌ها درخواست شد که

درخت فامیلی خود را در چهار نسل ترسیم کنند. سپس محققان، هر یک از اسم‌ها را براساس جنسیت و همچنین هویت‌های مورد بررسی در یکی از گروه‌های هویتی طبقه‌بندی کرده و نام‌های مربوط به دو گروه ملی و خنثی را براساس زیرمقوله‌هایی نظیر نام‌های کهن، طبیعت، مشاهیر و مفهومی نیز تقسیم کرده است. با استراتژی نمونه‌گیری براساس شاخص‌های نمونه، پارامترهای مورد نظر جامعه آماری مشخص شد و داده‌های جمع‌آوری شده نشانگر فراوانی و درصد توزیع بوده و به صورت توصیفی و استنباطی تحلیل شدند. در آمار توصیفی از روش نمودارهای ستونی استفاده شد و در آمار استنباطی نیز برای مشخص شدن رابطه جنسیت و هویت در هر یک از نسل‌ها از نتایج حاصل از آزمون χ^2 نیز استفاده شد.

۵. یافته‌های پژوهش

با توجه به بررسی نام‌های جمع‌آوری شده می‌توان نتایج را با توجه به آمار توصیفی و استنباطی ارزیابی کرد. در بخش اول با استفاده از داده‌های موجود، تحلیل توصیفی و سپس تحلیل استنباطی آن‌ها ارائه می‌شود.

جدول ۱. فراوانی نام‌ها در هر یک از نسل‌ها

ردیف	نسل	تعداد کل	تعداد زنان	تعداد مردان
۱	اول	۲۰۰	۱۰۰	۱۰۰
۲	دوم	۶۷۰	۳۲۴	۳۴۶
۳	سوم	۱۳۶۶	۷۱۴	۶۵۲
۴	چهارم	۸۷۲	۴۴۴	۴۲۸
۵	جمع کل	۳۱۰۸	۱۵۸۲	۱۵۲۶

همان‌طور که در جدول ۱ مشخص است تعداد کل هر یک از نسل‌ها نشان داده شده است و سپس در هر یک از نسل‌ها تعداد زنان و مردان نیز به صورت مجزا آمده است.

در جدول ۲ هویت‌های سه‌گانه (مذهبی، ملی و فراملی) به تفکیک جنسیت و همچنین چهار نسل آمده است. نتایج این جدول نشان می‌دهد که در طول این سال‌ها (چهار نسل) به‌کارگیری اسامی با هویت ملی در رتبه ۱ و هویت مذهبی در رتبه دوم قرار دارد و در تعداد اندکی می‌توان اسامی فراملی را نیز شاهد بود.

جدول ۲. فراوانی نام‌ها در هر یک از نسل‌ها

ردیف	نسل	جنسیت	هویت مذهبی	هویت ملی	هویت فراملی	اسامی خنثی
۱	اول	زنان	۴۳۴	۵۳۸	۵-	۲۲۳
۲	اول	مردان	۹۴	۳	-	۳
۳	دوم	زنان	۲۸	۲۴۶	۷	۴۳
۴	دوم	مردان	۲۳۴	۷۶	۴	۳۲
۵	سوم	زنان	۵۱۸	۱۵۴	۱۰	۳۲
۶	سوم	مردان	۳۴۸	۲۸۲	۶	۱۶
۷	چهارم	زنان	۵۸	۳۰۷	۳۹	۴۰
۸	چهارم	مردان	۱۷۰	۲۱۸	۲۶	۱۴
۱۱	جمع کل		۱۴۸۴	۱۳۲۴	۹۷	۲۰۳

نام‌های ملی به کلی ۴۲/۵۹ درصد از کل نام‌ها را به خود اختصاص داده است. نام‌های ملی زنان ۴۷/۰۹ درصد از کل نام‌های زنانه و نام‌های ملی مردان ۳۷/۹۴ درصد از کل نام‌های مردان را تشکیل می‌دهند. همچنین نام‌های ملی در نسل اول ۲۰/۵ درصد، نسل دوم ۴۸/۰۵ درصد، نسل سوم ۳۱/۹۱ درصد و در نسل چهارم ۶۰/۲۰ درصد از اسامی را در هر نسل به خود اختصاص داده‌اند. داده‌های به‌دست‌آمده نشان می‌دهد به‌ترتیب ۱/۳۱ درصد، ۱۰/۳۶ درصد، ۱۴/۰۲ درصد و ۱۶/۸۹ درصد از نام‌ها ملی هستند که در نسل‌های اول تا چهارم از کل نام‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

نام‌های مذهبی به‌طور کلی ۴۷/۷۴ درصد از کل نام‌ها را نیز به خود اختصاص داده است که در این میان نام‌های مذهبی زنان ۴۰/۳۲ درصد از کل نام‌های زنان و

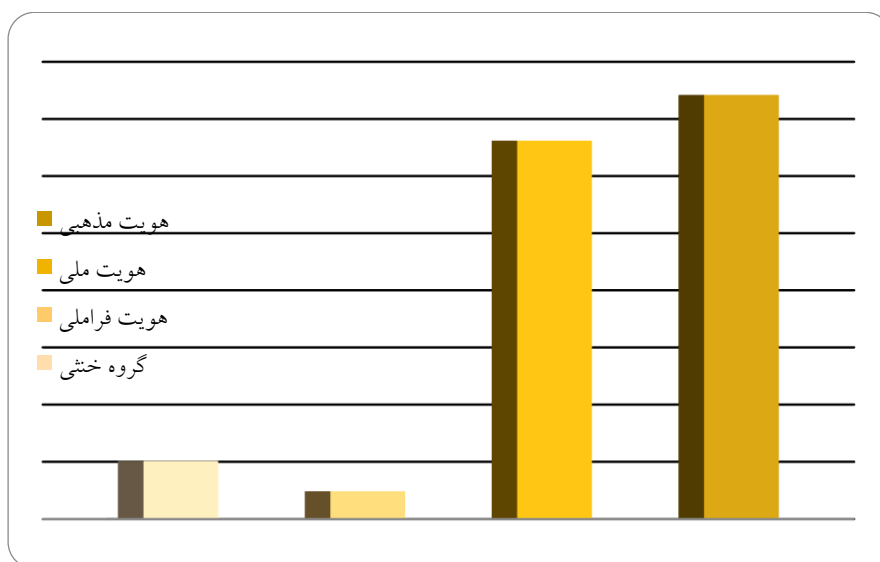
نام‌های مذهبی مردان ۵۵/۴۳ درصد از کل نام‌های مردان را به خود اختصاص داده است. همچنین نام‌های مذهبی در نسل اول ۶۴ درصد، نسل دوم ۳۹/۱۰ درصد، نسل سوم ۶۳/۳۹ درصد و نسل چهارم ۲۶/۱۴ درصد از اسامی را در هر نسل به خود اختصاص داده است. براساس آمارها می‌توان دریافت که اسامی مذهبی در نسل اول ۴/۱۱ درصد، نسل دوم ۸/۴۲ درصد، نسل سوم ۲۷/۸۶ درصد و نسل چهارم ۷/۳۳ درصد از کل نام‌ها را به خود اختصاص داده است. از این رو می‌توان دریافت که نام‌های مذهبی در میان مردان بیشتر از زنان به چشم می‌خورد. براساس بررسی‌های انجام‌داده در بخش نام‌های فراملی می‌توان اذعان داشت که ۳/۱۲ درصد از کل نام‌ها به این اسامی اختصاص دارد. نام‌های فراملی زنان ۳/۸۵ درصد از کل نام‌های زنانه و نام‌های فراملی مردان ۲/۳۵ درصد از کل نام‌های مردان را تشکیل می‌دهد. یافته‌های این تحقیق بیانگر آن است که نام‌های فراملی در نسل اول ۲/۵ درصد، در نسل دوم ۱/۶۴ درصد، نسل سوم ۱/۱۷ درصد و نسل چهارم ۷/۴۵ درصد از اسامی را به خود اختصاص می‌دهند. همچنین نام‌های فراملی در نسل اول ۰/۱۶ درصد، نسل دوم ۰/۳۵ درصد، نسل سوم ۰/۵۱ درصد و چهارم ۲/۰۹ درصد از کل نام‌ها را به خود اختصاص داده است. استفاده از نام‌های فراملی از نسل اول تا به نسل چهارم روندی رو به رشد دارد و اگر بخواهیم این گونه اسامی را به تفکیک جنسیت بیان کنیم باید گفت که در تمامی نسل‌ها نام‌های فراملی در میان زنان بیشتر از مردان به چشم می‌خورد. به عبارتی، گرایش به انتخاب نام‌های فرازبانی برای زنان روندی رو به رشد داشته است. به‌طور کلی این نام‌ها کم‌ترین فراوانی را در میان دو هویت دیگر (ملی و مذهبی) دارند که میزان فراوانی آن‌ها صرفاً ۹۷ بوده است. در این تحقیق علاوه بر سه هویت ملی، مذهبی و فراملی برخی از اسامی را در گروه خنثی قرار داده‌ایم، چراکه از نظر معنایی و هویتی نمی‌توان این گونه نام‌ها را در سه مقوله هویتی فوق قرار داد. بر همین اساس نام‌های خنثی به‌طور کلی ۶/۵۳ درصد از کل نام‌ها را نیز به خود اختصاص داده است که در این میان نام‌های خنثی زنان ۸/۷۲ درصد از کل نام‌های زنان و نام‌های خنثی مردان ۴/۲۵ درصد از کل نام‌های مردان را به خود اختصاص

داده است. همچنین نام‌های ختشی در نسل اول ۱۳ درصد، نسل دوم ۱۱/۱۹ درصد، نسل سوم ۳/۵۱ درصد، و نسل چهارم ۶/۱۹ درصد، از اسامی را در هر نسل به خود اختصاص داده‌اند. براساس نتایج می‌توان دریافت که اسامی ختشی در نسل اول ۰/۸۳ درصد، نسل دوم ۲/۴۱ درصد، نسل سوم ۱/۵۴ درصد و نسل چهارم ۱/۷۳ درصد از کل نام‌ها را به خود اختصاص داده است. از این رو می‌توان دریافت که نام‌های ختشی در میان زنان بیشتر از مردان به چشم می‌خورد. از مقایسه دو هویت مذهبی و ملی در هر نسل، می‌توان دریافت که در نسل اول نام‌هایی با هویت مذهبی بیشتر به چشم می‌خورد و در نسل دوم به‌کارگیری اسامی ملی نسبت به مذهبی بسیار بیشتر بوده است، ولی این میزان در نسل سوم کاملاً بر عکس است. به‌عبارتی دیگر نام‌های مذهبی در نسل سوم بیشتر از اسامی ملی است و دارای تفاوت معناداری نیز می‌باشد. همچنین در نسل چهارم نام‌های ملی به میزان قابل توجهی بیشتر از نام‌های مذهبی است؛ از این رو می‌توان دریافت که در نسل‌های اول و سوم نام‌های مذهبی از فراوانی بیشتری نسبت به دو نسل دیگر برخوردار بوده است و در نسل چهارم این مقدار کاملاً تغییر کرده و به درستی می‌توان سیر صعودی را در نام‌های ملی این نسل مشاهده کرد. همچنین می‌توان نام‌های ملی و ختشی را براساس زیرمقوله‌های آن‌ها ارزیابی کرد. زیرمقوله این نام‌ها شامل نام‌های کهن، مشاهیر، مفهومی و طبیعت است که در این قسمت براساس جنسیت می‌توان این مقوله‌ها را نیز مورد ارزیابی قرار داد. در این ارزیابی نسل اول و دوم با یکدیگر و نسل سوم و چهارم نیز با یکدیگر سنجیده می‌شوند. نام‌های مردان در زیرمقوله کهن در نسل اول و دوم جمعاً ۵۵/۳۳ درصد بوده که در دو نسل سوم و چهارم این رقم به ۶۵/۲۲ درصد افزایش یافته است. مقوله دیگری که در میان جنسیت مردان بررسی شد مقوله مشاهیر بود که نتایج نشان می‌دهد این مقدار نیز از ۸/۲۱ درصد از دو نسل اول به ۱۲/۵۳ درصد در دو نسل بعدی رسیده است. به عبارتی، سیر صعودی را می‌توان در این مقوله شاهد بود. ولی دو مقوله دیگر (مفهومی و طبیعت) در مردان بر عکس دو مقوله ذکر شده سیر نزولی داشته تا حدی که می‌توان ادعا کرد مقوله طبیعت بسیار ناچیز بوده است. از

این رو آمار آن در این پژوهش ارائه نمی‌شود. آمار مقوله مفهومی در مردان در دو نسل اول ۳۸/۴۶ درصد بوده که در دو نسل بعدی به ۲۲/۲۵ درصد کاهش یافته است. در زنان این چهار مقوله ترتیبی کاملاً متفاوت با مردان دارند که به ترتیب شامل مقوله‌های مفهومی، نام‌های الهام‌گرفته از طبیعت، کهن و مشاهیر می‌شود. همانند نام‌های طبیعت که در میان مردان از فراوانی چشمگیر و قابل توجهی برخوردار نبود در میان زنان نیز اسامی ملی از مقوله مشاهیر بسیار ناچیز می‌باشد. در این مقوله‌بندی استفاده از نام‌های کهن زنان از ۶/۹ درصد در دو نسل اول به ۱۰/۳ درصد در دو نسل سوم و چهارم رسیده است. بنابراین، استفاده از این گونه نام‌ها برای دختران روندی صعودی داشته است. استفاده از نام‌های مفهومی از ۴۲/۳۱ درصد به ۵۴/۲۱ درصد نیز افزایش یافته است و استفاده از نام‌های الهام‌گرفته از طبیعت برای نام‌گذاری زنان از ۵۰/۷۹ درصد به ۳۵/۴۹ درصد کاهش یافته است.

در نمودار ۱ می‌توان فراوانی هر یک از گروه‌های اسامی را براساس تعداد آن‌ها

مشاهده کرد.



نمودار ۱. فراوانی نام‌ها در هر یک از نسل‌ها

۵. ۱. توصیف اطلاعات

جدول ۳. فراوانی و درصد نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه و جنسیت

جمع کل	هویت				فراوانی و درصد	جنس	نسل
	اسامی ختنی	هویت فراملی	هویت ملی	هویت مذهبی			
۱۰۰	۳	۰	۳	۹۴	فراوانی	مرد	اول
۵۰	۵/۱۱	۰	۳/۷	۴/۷۳	درصد		
۱۰۰	۲۳	۵	۳۸	۳۴	فراوانی	زن	
۵۰	۵/۸۸	۱۰۰	۷/۹۲	۶/۲۶	درصد		
۲۰۰	۲۶	۵	۴۱	۱۲۸	فراوانی	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد		
۳۴۶	۳۲	۴	۷۶	۲۳۴	فراوانی	مرد	دوم
۶/۵۱	۷/۴۲	۴/۳۶	۶/۲۳	۳/۸۹	درصد		
۳۲۴	۴۳	۷	۲۴۶	۲۸	فراوانی	زن	
۴/۴۸	۳/۵۷	۶/۶۳	۴/۷۶	۷/۱۰	درصد		
۶۷۰	۷۵	۱۱	۳۲۲	۲۶۲	فراوانی	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد		
۶۵۲	۱۶	۶	۲۸۲	۳۴۸	فراوانی	مرد	سوم
۷/۴۷	۳/۳۳	۵/۳۷	۷/۶۴	۲/۴۰	درصد		
۷۱۴	۳۲	۱۰	۱۵۴	۵۱۸	فراوانی	زن	
۳/۵۲	۷/۶۶	۵/۶۲	۳/۳۵	۸/۵۹	درصد		
۱۳۶۶	۴۸	۱۶	۴۳۶	۸۶۶	فراوانی	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد		
۴۲۸	۱۴	۲۶	۲۱۸	۱۷۰	فراوانی	مرد	چهارم
۱/۴۹	۹/۲۵	۴۰	۵/۴۱	۶/۷۴	درصد		
۴۴۴	۴۰	۳۹	۳۰۷	۵۸	فراوانی	زن	
۹/۵۰	۱/۷۴	۶۰	۵/۵۸	۴/۲۵	درصد		
۸۷۲	۵۴	۶۵	۵۲۵	۲۲۸	فراوانی	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد		
۱۵۲۶	۶۵	۳۶	۵۷۹	۸۴۶	فراوانی	مرد	کل
۱/۴۹	۳۲	۱/۳۷	۷/۴۳	۵۷	درصد		
۱۵۸۲	۱۳۸	۶۱	۷۴۵	۶۳۸	فراوانی	زن	
۹/۵۰	۶۸	۹/۶۲	۳/۵۶	۴۳	درصد		
۳۱۰۸	۲۰۳	۹۷	۱۳۲۴	۱۴۸۴	فراوانی	جمع	
۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد		

جدول ۳ نشان‌دهنده فراوانی و درصد نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه و جنسیت است. برای توصیف داده‌ها از جدول توافقی^۱ استفاده شده است. در ادامه هر یک از سؤالات مقاله را براساس داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از روش‌های آماری بررسی خواهیم کرد.

تأثیر هویت‌های چندگانه بر نام‌گذاری هر یک از نسل‌ها به چه صورت است؟ برای بررسی تأثیر هویت‌های چندگانه نویسندگان از آزمون خی‌دو در این پژوهش استفاده کرده‌اند.

جدول ۴. فراوانی و درصد نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه

سطح معناداری	درجه آزادی f.d	ارزش x2	هویت				نسل‌ها		
			اسامی خنثی	هویت فراملی	هویت ملی	هویت مذهب	فراوانی	درصد	نسل‌ها
۰.۰۱/۰ (**)	۹	۴۳۲/۸۳۲	۲۶	۵	۴۱	۱۲۸	فراوانی	اول	نسل‌ها
			۸/۱۲	۲/۵	۱/۳	۶/۸	درصد		
			۷۵	۱۱	۳۲۲	۲۶۲	فراوانی	دوم	
			۹/۳۶	۳/۱۱	۳/۲۴	۷/۱۷	درصد		
			۴۸	۱۶	۴۳۶	۸۶۶	فراوانی	سوم	
			۶/۲۳	۵/۱۶	۹/۳۲	۴/۵۸	درصد		
			۵۴	۶۵	۵۲۵	۲۲۸	فراوانی	چهارم	
			۶/۲۶	۶۷	۷/۳۹	۴/۱۵	درصد		
			۲۰۳	۹۷	۱۳۲۴	۱۴۸۴	فراوانی	جمع	
			۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	درصد		

(**) معناداری در سطح ۰/۰۱

جدول ۴ نشان‌دهنده مقایسه، فراوانی و درصد نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه است. برای مقایسه، فراوانی نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه از آزمون خی‌دو استفاده شد. نتایج فوق‌نشان می‌دهد که تفاوت فراوانی نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه از نظر آماری در سطح

($P < 0/01$) معنادار است. به عبارت دیگر، از نظر هویت، هویت مذهبی در نسل اول و سوم دارای بیشترین فراوانی و هویت ملی در نسل دوم و چهارم دارای بیشترین فراوانی هستند. همچنین بیشترین نام‌گذاری براساس هویت مذهبی در نسل سوم و بیشترین نام‌گذاری براساس هویت فراملی در نسل چهارم مشاهده می‌شود. بیشترین نام‌گذاری براساس اسامی ختشی در نسل دوم مشاهده می‌شود. حال به این پرسش می‌رسیم که در گرایش به هویت‌های چندگانه در امر نام‌گذاری به تفکیک جنسیت، چه روندی مشاهده می‌شود؟ در این بخش برای بررسی رابطه هویت‌های چندگانه و همچنین جنسیت افراد از آزمون خی دو استفاده شد.

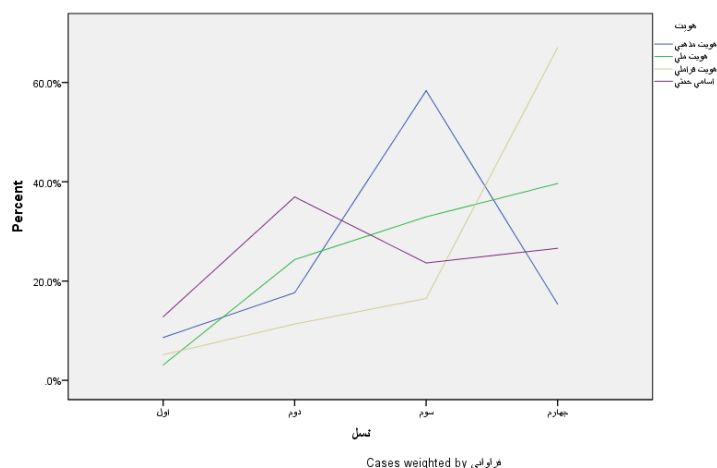
جدول ۵. فراوانی و درصد هویت‌های چندگانه برحسب جنسیت

سطح معناداری	درجات آزادی d/f	ارزش x2	جنسیت		هویت‌های چندگانه		
			زن	مرد			
0.01/0 (**)	۳	۸۱/۶۷۸	۶۳۸	۸۴۶	فراوانی	هویت مذهبی	هویت‌های چندگانه
			۳/۴۰	۴/۵۵	درصد		
			۷۴۵	۵۷۹	فراوانی	هویت ملی	
			۱/۴۷	۹/۳۷	درصد		
			۶۱	۳۶	فراوانی	هویت فراملی	
			۹/۳	۴/۲	درصد		
			۱۳۸	۶۵	فراوانی	اسامی ختشی	
			۷/۸	۳/۴	درصد		
			۱۵۸۲	۱۵۲۶	فراوانی	جمع	
			۱۰۰	۱۰۰	درصد		

(**) معناداری در سطح ۰/۰۱

جدول ۵ نشان‌دهنده مقایسه، فراوانی و درصد نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه برحسب جنسیت است. برای مقایسه، فراوانی هویت‌های

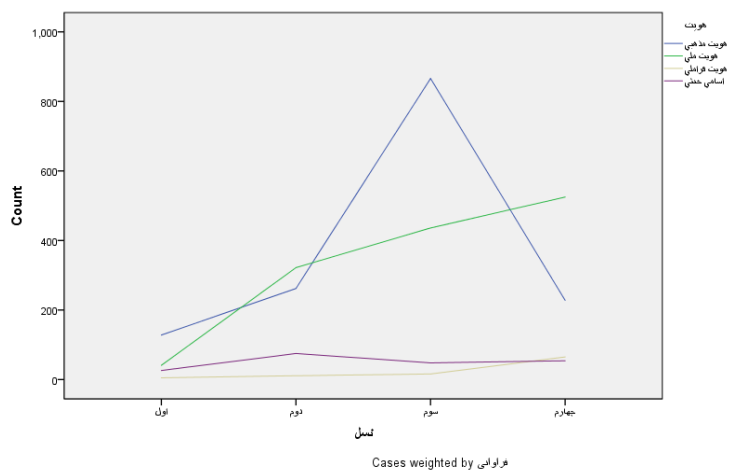
چندگانه برحسب جنسیت از آزمون خی دو^۱ استفاده شد. نتایج فوق نشان می‌دهد که تفاوت هویت‌های چندگانه برحسب جنسیت از نظر آماری در سطح ($P < 0.01$) معنادار است. به عبارت دیگر هویت‌های چندگانه و جنسیت با هم رابطه دارند طوری که نام‌گذاری با هویت مذهبی مردان در مقایسه با زنان بیشتر و از نظر آماری معنادار است. برعکس، نام‌گذاری با هویت ملی، هویت فراملی و اسامی ختشی برای زنان در مقایسه با مردان بیشتر و از نظر آماری معنادار است.



نمودار ۲. سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه در کل نمونه بر حسب درصد

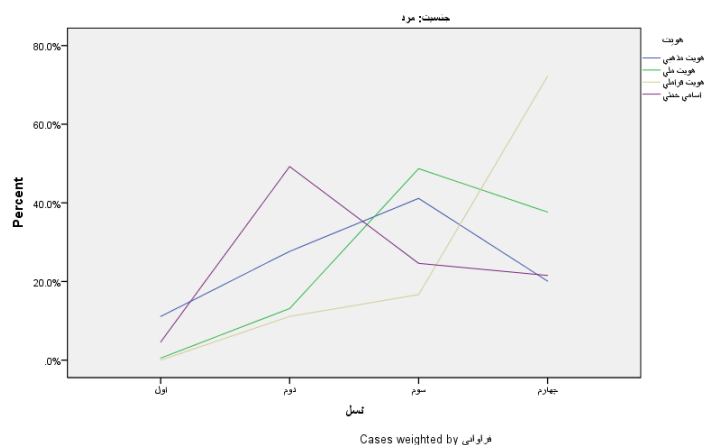
نمودار ۲ سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها را برحسب هویت‌های چندگانه، برحسب درصد نشان می‌دهد. همان‌طور که در این نمودار مشخص است، اسامی مذهبی در نسل سوم، نام‌های ملی و فراملی در نسل چهارم و نام‌های ختشی در نسل دوم از بیشترین فراوانی برخوردارند که این فراوانی‌ها در جدول فوق بر حسب درصد به نمایش درآمده‌اند.

1. Chi-Square Test



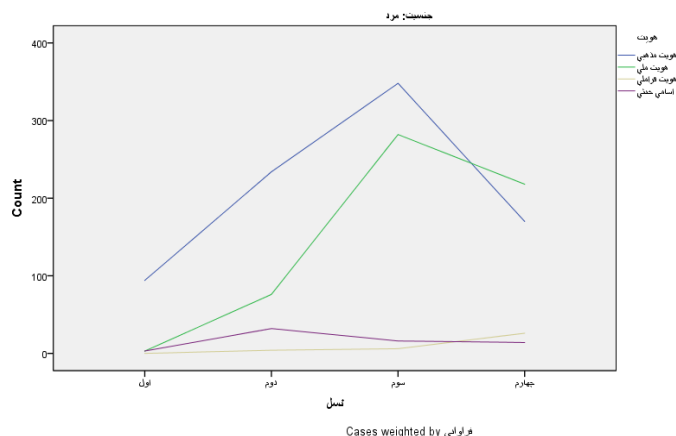
نمودار ۳. سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه در کل نمونه برحسب فراوانی

نمودار ۳ نیز بر حسب فراوانی، سیر نام‌گذاری را در هر یک از نسل‌ها براساس هویت‌های مشخص‌شده نشان می‌دهد. در این نمودار همان‌طور که مشخص شده است خط آبی مربوط به هویت مذهبی است و نشان می‌دهد که اسامی مربوط به هویت مذهبی بیشترین فراوانی را در نسل سوم دارد. خط سبز مربوط به هویت ملی است و نشان می‌دهد که نسل چهارم با ۵۲۵ نام ملی بیشترین فراوانی را دارد.



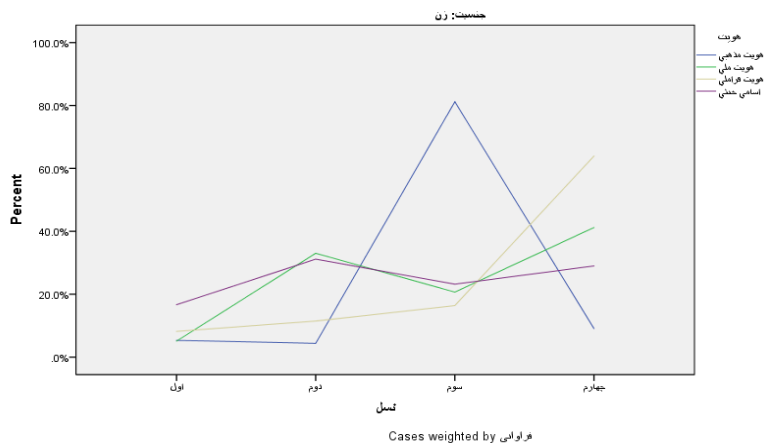
نمودار ۴. سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه در نمونه مردان برحسب درصد

یکی از بررسی‌های انجام‌شده در این پژوهش، سیر تحول نام‌ها براساس جنسیت افراد در هر یک از نسل‌ها بود. در نمودار ۴، انتخاب نام مردان در هر یک از نسل‌ها براساس درصد به نمایش درآمده است. برای نمونه، رنگ زرد مربوط به هویت فراملی است و همان‌طور که در این تصویر مشخص شده است، نام فراملی میان مردان در نسل چهارم با ۴۰ درصد بیشترین فراوانی را داشته است و یا رنگ آبی که مربوط به هویت مذهبی است با ۸۹/۳ درصد در نسل سوم نشان می‌دهد که مردان، اسامی مذهبی را در نسل سوم بیشتر انتخاب کرده‌اند.



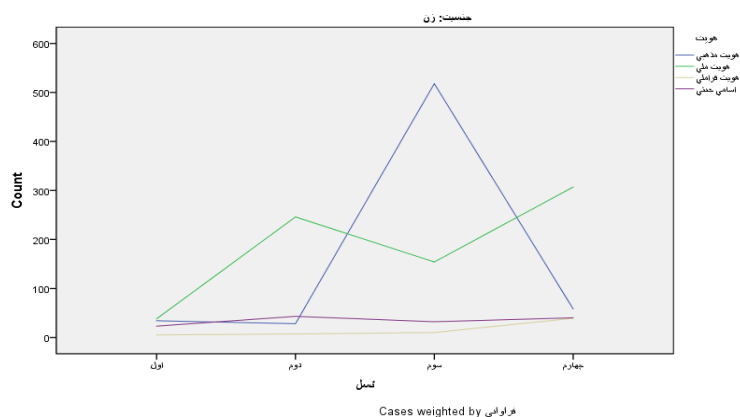
نمودار ۵. سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویت‌های چندگانه در نمونه مردان برحسب فراوانی

نمودار ۵ نیز براساس جنسیت مردان و میزان فراوانی آن‌ها به تحلیل فراوانی هویت‌های چندگانه پرداخته است. برای نمونه رنگ بنفش مربوط به اسامی خنثی است و این رنگ نشان می‌دهد که ۳۲ نام خنثی در نسل دوم برای مردان به‌کار برده شده است که در میان نسل‌های دیگر بیشترین فراوانی را دارد. یا رنگ زرد نمایانگر هویت فراملی است و با ۲۶ نام فراملی در میان مردان نسل چهارم بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است.



نمودار ۶. سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویتهای چندگانه در نمونه زنان برحسب درصد

سیر تحول نام‌ها براساس جنسیت افراد در هر یک از نسل‌ها یکی از بررسی‌های انجام‌شده در این پژوهش بود. در نمودار ۶، انتخاب نام زنان در هر یک از نسل‌ها براساس درصد به نمایش درآمده است. برای نمونه، رنگ آبی مربوط به هویت مذهبی است و همان‌طور که در این تصویر مشخص شده است، نام مذهبی میان زنان در نسل سوم با ۵۹/۸ درصد بیشترین فراوانی را داشته است یا رنگ سبز که مربوط به هویت ملی است با ۹۲/۷ درصد در نسل اول نشان می‌دهد که زنان، اسامی ملی را در نسل اول بیشتر انتخاب کرده‌اند.



نمودار ۷. سیر تحول نام‌گذاری نسل‌ها برحسب هویتهای چندگانه در نمونه زنان برحسب فراوانی

نمودار ۷ نیز براساس جنسیت زنان و میزان فراوانی آن‌ها به تحلیل فراوانی هویت‌های چندگانه پرداخته است. برای نمونه، رنگ بنفش مربوط به اسامی خنثی است و این رنگ نشان می‌دهد که ۴۳ نام خنثی در نسل دوم برای مردان به کار برده شده است که در میان نسل‌های دیگر بیشترین فراوانی را دارد یا رنگ زرد نمایانگر هویت فراملی است و با ۳۹ نام فراملی در میان زنان نسل چهارم بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

زبان رسمی و ملی در ایران زبان فارسی است. تأثیرگذاری این زبان بر ابعاد زندگی مردمی که دارای زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف در ایران هستند، آشکار است. نام به‌عنوان عنصر زبانی و فرهنگی و نماد هویتی از این تأثیرگذاری به دور نمانده است. یکی از عوامل بسیار مهم که در امر نام‌گذاری نیز مؤثر است، جنسیت است. واژه جنسیت مقوله‌ای اجتماعی و هم‌ساخته می‌باشد و از واژه جنس که عموماً برای بیان همان مقوله فقط از دیدگاه زیست‌شناسی به کار می‌رود، متفاوت است. جنسیت شامل رفتارها، نقش‌ها، کنش‌ها و اندیشه‌های اجتماعی است که فرهنگ حاکم بر هر جامعه به عهده دو جنس زن و مرد می‌گذارد و در ارتباط با نقش‌های جنسیتی، افکار قالبی در مورد هر دو جنس در جامعه مشاهده می‌شود. در راستای دو مقوله جنسیت و نقش‌های جنسیتی، قشربندی‌های جنسیتی در جامعه پدیدار می‌شود که عمدتاً مربوط به پادشاهی است از قبیل توزیع قدرت، ثروت، وجه، آزادی‌های فردی و اقتصادی که هر عضوی از جامعه بنا بر موقعیت خود در هرم سلسله‌مراتبی حاضر در جامعه از آن بهره می‌برد (نرسیان، ۱۳۹۰).

نکته‌ای که در ارتباط با امر نام‌گذاری مطرح می‌گردد، این است که در دسته‌بندی نام‌های ملی، استفاده از نام‌های کهن و مشاهیر و نیز مذهبی برای پسران بیش آن است که برای دختران به کار گرفته می‌شود. به نظر می‌رسد نام فرزندان پسر عامل مهم‌تری در تعیین هویت‌های ملی (در مقوله‌های خاص) و مذهبی خانواده است. همچنین به دلیل مردم‌محور بودن جوامع امکان رشد و پرورش مردان برای کسب

نقش‌های اجتماعی، سیاسی و علمی مهم بیشتر فراهم بوده، لذا در بخش نام مشاهیر، فراوانی نام پسران بیشتر است و برای دختران طبق آمار می‌توان اذعان داشت که داده قابل توجهی در این بخش به دست نیامده است. برخلاف نام دختران که عموماً با الهام از عناصر موجود در طبیعت برگزیده می‌شود و صرفاً معیارهای زیباشناختی و خوش‌آوایی در آن در نظر گرفته می‌شود و جنبه احساسی به خود می‌گیرد، نام پسران براساس مفاهیم غیراحساسی انتخاب می‌شود. این امر حاکی از آن است که انتخاب نام مردان با توجه به نقش‌هایی که در زندگی روزمره و اجتماعی خود دارند با نام‌هایی که برای زنان انتخاب می‌شود متفاوت است و تلاش شده است در انتخاب نام مردان لطافت و احساس کم‌تری دیده شود.

طبق داده‌ها و نتیجه‌گیری علی‌نژاد و طیب (۱۳۸۲)، دلیل گرایش به نام‌های مذهبی اعتقادات دینی و روحیات مذهبی در خانواده است. پژوهش‌های دیگر نظیر ایمانی (۱۳۶۳) نشان می‌دهند انتخاب نام‌های عربی به دلیل باورهای خاص مذهبی می‌باشد و همان‌گونه که در این تحقیق نشان داده شد نام‌های مذهبی مردان نسبت به زنان از فراوانی بیشتری برخوردار است و در نام‌گذاری یکی از راه‌هایی که به خانواده مذهبی با تفکر سنتی کمک می‌کند تا هویت مذهبی خود را بروز دهد، تداوم ببخشد یا به نسل بعدی منتقل کند، برگزیدن نامی مذهبی از نوع اسماء حسنی، جلاله و نام پیامبران و امامان و شخصیت‌های دینی، برای فرزندان خود است.

نتایج به دست آمده همچنین نشان می‌دهد که تفاوت هویت‌های چندگانه برحسب جنسیت از نظر آماری در سطح معنادار است. به عبارت دیگر هویت‌های چندگانه و جنسیت با هم در ارتباطند، به طوری که نام‌گذاری با هویت مذهبی برای مردان در مقایسه با زنان بیشتر و از نظر آماری معنادار است و برعکس نام‌گذاری با هویت ملی، هویت فراملی و اسامی خنثی زنان در مقایسه با مردان بیشتر و از نظر آماری معنادار است. این امر نشان می‌دهد که تمایل برای انتخاب برخی از اسامی براساس جنسیت صورت می‌گیرد و گاهی نمی‌توان برخی از نام‌ها را به جنسیت خاصی

مرتبط کرد. برای نمونه اسامی مرتبط با طبیعت بیشتر برای زنان و اسامی مرتبط با اساطیر برای مردان استفاده می‌شود.

استفاده از نام‌های ملی در سال‌های اخیر افزایش یافته است یا حتی می‌توان کاربرد نام‌های مفهومی را در میان زنان بیشتر شاهد بود و دلیل این امر را می‌تواند بالا رفتن سطح آگاهی افراد نسبت به هویت خود باشد. همچنین این مطلب با گفته‌های فیض (۱۳۸۳) نیز مطابقت دارد. وی معتقد است میزان تحصیلات می‌تواند رابطه مستقیمی با نام‌گذاری داشته باشد. از این رو، به دلیل بالا رفتن سطح دانش و آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی می‌توان نام‌های متنوعی را برای فرزندان خود برگزید.

در سال‌های اخیر استفاده از نام‌های فراملی را به‌خصوص در میان دختران بیشتر شاهدیم و به‌درستی می‌توان یکی از انگیزه‌ها برای استفاده از این‌گونه نام‌ها را اعتبار دادن و پرستیژ بخشیدن به فرد دانست. طبق تحقیقات علی‌نژاد و طیب (۱۳۸۲) اسامی فرهنگی و خارجی معنایی نمادین (اعتبار، پرستیژ و غربی) دارند و از آنجا که کشورهای خارجی به‌خصوص کشورهای غربی نماد پیشرفت در جوامعی نظیر ایران محسوب می‌شوند، استفاده از این نام‌ها که رنگ‌وبویی فرهنگی دارند، به حس اعتبار فرد کمک می‌کند.

در این پژوهش برخی از نام‌ها را جزو هیچ‌یک از هویت‌های ملی، فراملی و مذهبی نمی‌توان قرار داد، چراکه نه ریشه مذهبی و نه ریشه ملی و فراملی را می‌توان در آن‌ها دید. از این رو این اسامی در گروهی به نام اسامی خنثی گنجانده شده‌اند که از ۳۱۰۸ اسم جمع‌آوری شده صرفاً ۲۰۳ نفر از این نوع اسامی استفاده کرده‌اند. در مجموع این طبقه بیشتر به زنان مربوط می‌شود و تعداد کم‌تری از مردان در این گروه مشاهده می‌شوند.

داده‌ها در نهایت نشان داد که نام‌گذاری با هویت ملی بیشترین فراوانی را در میان دیگر نام‌ها به خود اختصاص داده است. هویت ملی بخش مهمی از خود فرد را تشکیل می‌دهد و بسیاری از جنبه‌های زندگی افراد در جامعه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. دقیقاً به همین دلیل است که دولت‌ها با صرف هزینه‌های بسیار سنگین و با

استفاده از ابزارهای گوناگون مانند نهادهای آموزشی، رسانه‌ها و حتی بازار مصرف سعی می‌کنند هویت ملی کشورشان را در راستای منافع ملی و ارزش‌های حاکم بر جامعه حفظ و تقویت کنند. دولت‌ها می‌دانند انرژی و پتانسیل ملت متعلق به کسی است که هویت آن ملت را ساخته است. از آنجا که نام‌گذاری‌ها بخشی از فرهنگ و هویت جامعه و در واقع نمادی از آن هستند، به‌طور طبیعی انتظار این است که در جامعه‌ای که هویت ملی را تجربه می‌کند نام‌گذاری‌ها به‌سمت اسامی‌ای پیش‌برود که جامعه هویت خود را در آن‌ها متبلور می‌بیند. بنابراین، می‌توان با تأثیر بر هویت ملی که این تأثیر شامل تقویت و همچنین بررسی آسیب‌ها و پاشنه‌آشیل‌های فرهنگ است می‌توان ملتی را مدیریت کرد و در راه پیشرفت فرهنگی و اجتماعی قرار داد. در این راه شاید رسانه مهم‌ترین نقش را ایفا می‌کند و این مهم نیاز به سیاست‌گذاری‌های کلان را در حوزه رسانه‌های عمومی و ارتباط جمعی کشور به ما گوشزد می‌کند. همچنین نمی‌توان از نقش آموزش و پرورش و نهادهای رسمی و غیررسمی آموزشی در جامعه به‌سادگی گذشت. بی‌توجهی به امر آموزش حتی برای برهه‌ای از زمان می‌تواند هویت ملتی را برای سال‌های طولانی در آینده با مشکل مواجه سازد.

کتابنامه

- احمدی، ح. (۱۳۸۸). *بنیادهای هویت ملی ایرانی*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- ایمانی، م. (۱۳۶۳). نام‌شناسی و نام‌گذاری در ایران. *مجله زبان‌شناسی*، ۱(۱)، ۷۶-۸۷.
- بحرانی، م. (۱۳۷۷). *زمینه‌یابی فرهنگ نام‌گذاری نوزادان در شهر شیراز دانشگاه شیراز*. طرح پژوهشی چاپ‌نشده. شیراز، ایران.
- بهرامی، ع. (۱۳۸۳). *جشن‌های ایرانیان*. تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- دانش، ی.، و قربانی، ع. (۱۳۹۶). بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر نام‌گزینی کودکان توسط خانواده‌های ایرانی (مطالعه موردی استان هرمزگان). *دوفصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی*، ۳(۵)، ۸۷-۱۰۹.
- ربیعی، ع. (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی تحولات ارزشی*. تهران: فرهنگ و اندیشه.
- رجب‌زاده، ا. (۱۳۷۸). *تحلیل اجتماعی نام‌گذاری*. تهران: سروش.

- زندى، ب.، و ميرمكرى، م. (۱۳۹۶). روند نام‌گذاري فرزندان در شهر مهاباد از ديده‌گاه زبان‌شناسى اجتماعى. *مطالعات زبان‌ها و گویش‌هاى غرب ايران*، ۵ (۱۹)، ۱-۱۸.
- شاه‌ناصرى، ش. (۱۳۹۶). بررسى تناوب‌هاى جديد در نام‌گذاري كودكان ايرانى براساس رويکرد نشانه‌اى. *پژوهش‌هاى زبان‌شناسى تطبيعى*، ۷ (۱۳)، ۲۰۱-۲۱۲.
- عبدى، ع. (۱۳۷۶). تحول نام‌گذاري كودكان تهرانى (۱۳۴۵ تا ۱۳۷۴). تهران: حنايه.
- عسگرى كرماني، ح. (۱۳۸۱). گرايش‌هاى نام‌گذاري دختران و پسران ايرانى در فاصله سال‌هاى ۱۳۶۲-۱۳۶۶ و علل تغيير اسامى در بزرگسالان. *زبان‌شناسى*، ۱۷ (۱)، ۴۲-۷۶.
- على‌نژاد، ب.، و طيب، م. (۱۳۸۲). بررسى گرايش‌هاى جديد نام‌گذاري در اصفهان از ديده‌گاه زبان‌شناسى. *مجله مطالعات و پژوهش‌هاى دانشكده ادبيات و علوم انساني دانشگاه اصفهان*، ۳۳، ۲۳-۵۸.
- فيض، س. (۱۳۸۳). بررسى زبان‌شناختى و جامعه‌شناختى سير تحولات و گرايش‌هاى والدين بر نام‌گذاري فرزندان در شهر شيراز (پايان‌نامه منتشر نشده كارشناسى ارشد)، دانشگاه شيراز، ايران.
- قمرى، م.، و حسن‌زاده، م. (۱۳۸۹). نقش زبان در هويت ملي. *زبان‌پژوهى*، ۲ (۳)، ۱۵۳-۱۷۲.
- محمدپور، ا.، رضايى، م.، برنا، گ. (۱۳۹۳). مطالعه كیفى تغييرات در سبك زندگى و صورت‌بندى هويتى زنان در كردستان ايران (مطالعه موردى: شهر مريوان). *زن در فرهنگ و هنر (پژوهش زنان)*، ۶ (۳)، ۳۲۷-۳۴۴.
- مدرسى، ي. (۱۳۶۸). *درآمدى بر جامعه‌شناسى زبان*. تهران: مؤسسه مطالعات و تحقيقات فرهنگى.
- ميرخليل‌زاده ارشادى، ب. (۱۳۷۲). مقايسه تنوع نام‌هاى زنان و مردان ايرانى. *مجله زبان‌شناسى*، ۲ (۲۰)، ۸۴-۱۰۷.
- نجاتى حسيني، م.، و افشار، س. (۱۳۸۸). تحول نام‌گذاري فرزندان در شهر تهران. *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ۳، ۱۴۱-۱۵۸.
- نرسيانس، ا. (۱۳۹۰). *مردم‌شناسى جنسيت*. ترجمه بهمن نوروززاده چگنى. تهران: افكار.

- Abdulkareem, R. (2014). Sectarian identity manifestations in Iraqi personal names. *Language, Individual and Society*, 8, 182-192.
- Agyekum, K. (2006). The Sociolinguistics of Akan personal names. *Nordic Journal of African Studies*, 15(2), 206-235.
- Algeo, J. (1992). Onomastics. In T. McArthur (Ed.). *Oxford companion to the English language*. Oxford, England: Oxford University Press.

- Chambers, J. K. (2006). *Sociolinguistic theory: Linguistic variation and its social significance*. Malden, MA: Blackwell.
- Eslami-Rasekh, A., & Ahmadvand, M. (2015). Name-giving variations in Kurdistan Province of Iran: An ethnic identity marker categorized. *Khazar Journal of Humanities and Social Sciences*, 18(2), 5-22.
- Firth, R. (1987). Personal names. *LSE Quarterly*, 1(3-4), 273-299
- Fishman, J. A. (1967). Bilingualism with and without diglossia; diglossia with and without bilingualism. *Journal of Social Issues*, 23(2), 29-38.
- Florenskiy, P. A. (1989). Imena. *Sotsioloicheskie*, 16(2), 128-143
- Lieberson, S. (1984). What is in a name? Some sociolinguistic possibilities. *International Journal of the Sociology of Language*, 45, 77-78.
- Lombard, G. (2008.). *An ethnolinguistic study of Niitsitapi personal names* (Unpublished master's thesis). University of South Africa.
- Lyons, J. (1977). *Semantics*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

درباره نویسندگان

بهمن زندی دوره کارشناسی خود را در رشته مترجمی زبان فرانسه در دانشگاه علامه طباطبایی گذراند. علاوه بر آن دارای دو مدرک کارشناسی ارشد زبان‌شناسی از دانشگاه تهران و رشته علوم تربیتی گرایش برنامه‌ریزی درسی در دانشگاه خوارزمی است. مدرک دکتری خود را در رشته زبان‌شناسی از دانشگاه تهران اخذ کرد. در سال ۱۳۷۸ به عضویت علمی دانشگاه پیام نور درآمد. گرایش مطالعاتی ایشان در زمینه زبان‌شناسی اجتماعی است.

الهه واثق دوره کارشناسی خود را در رشته مترجمی زبان انگلیسی گذراند و علاوه بر آن دارای مدرک کارشناسی ارشد زبان‌شناسی از دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات است. وی هم‌اکنون دانشجوی دکتریه زبان‌شناسی همگانی در دانشگاه پیام نور است. گرایش مطالعاتی ایشان در زمینه زبان‌شناسی اجتماعی و نحو کمینه‌گراست.