

دربارهٔ یک آدرس غلط از نام‌گذاری ایرانی‌ها

افسانهٔ شاهان



فاطمه قدیری خبرنگار گروه جامعه

در عصر حاضر که همه‌چیز از پوشش و موسیقی گرفته تا انتخاب رنگ دیوار خانه معنای سیاسی و اجتماعی پیدا کرده، حتی ساده‌ترین انتخاب‌ها نیز از تیررس تحلیل‌ها دور نمی‌ماند. نام‌گذاری فرزند، روزگاری نشانه‌ای از ذوق یا باورهای خانوادگی بود؛ امروز اما از نگاه برخی تحلیلگران، به‌عرصه‌ای برای بروز تضادهای فرهنگی و نوعی زبان بی‌صدا برای اعتراض بدل شده است. در این میان، برخی ناظران فرهنگی بر این باورند که در جامعه‌ای که شکاف میان ارزش‌های رسمی و سلیقه‌های عمومی هر روز بیشتر می‌شود، حتی یک نام کوتاه می‌تواند بار یکسک موضع‌گیری پنهان را حمل کند؛ به‌طوری‌که گزینش نام‌های جدید و غیرسنتی نشانه‌مقاومت خاموش مردم در برابر ساختار است. عباس عبدی، روزنامه‌نگار و تحلیلگر در گفت‌وگوی اخیر خود بحث انتخاب اسم برای نوزادان را از مرز یک موضوع خصوصی و خانوادگی گذر داد و آن را به‌عنوان آینه‌ای کوچک اما تعیین‌کننده از تحولات فرهنگی و مناسبات قدرت در ایران مطرح ساخت. عبدی مدعی شده که «سیستم سیاسی رسانه‌اش را با ارزش‌های خود می‌بندد و در حوزه فرهنگ جایی برای مردم نمی‌گذارد.» او با این توضیح گفته در چنین وضعیتی «وقتی شما بچه به دنیا آوردی دیگر سیستم سیاسی وجود ندارد و تمام انتقاعت را در اسسم بچه‌ات از آن‌ها می‌گیری.» عبدی در این گفت‌وگو ادعا کرده «دومین نام رایج در میان پسران ایرانی، نام شاهان است» و این را «نوعی انتقام مردم از حکومت» خوانده است. این نوع گزاره‌ها در عین جذابیت تحلیلی (و در سطحی استعاری) مستلزم بررسی دقیق‌تر داده‌ها و تمایز میان بیان شعاری و شواهد آماری است؛ زیرا ادعاهای نمادین هنگامی می‌توانند که با آمار و منابع روشن پشتیبانی شوند.

مراجعه به آمار رسمی و گزارش‌های منتشرشده از سازمان ثبت‌احوال و بازتاب رسانه‌ای آن‌ها، ادعای عبدی را زیرسؤال می‌برد. بر پایه آمارهای رسمی و گزارش‌های متعدد خبری از دوره‌های اخیر، «فاطمه» و «امیرعلی» و «محمد» همچنان در صدر اسامی پرتکرار قرار دارند و ترکیب اسامی مذهبی و تلفیق‌های سنتی – مدرن بیشترین سهم را در نام‌گذاری‌ها دارند؛ همچنین در فهرستی که سال ۱۴۰۲ منتشر شده است، نام‌هایی چون فاطمه، زهرا، امیرعلی، محمد، علی و امیرحسین را در راس نشان می‌دهد، درحالی‌که شاهان حتی در میان ۷۰ اسم پرتکرار سال نیست. این واقعیت آماری نشان می‌دهد گرایش غالب جامعه در جهت اسامی با بار مذهبی – سنتی یا اسامی تلفیقی آشناست، نه الزاماً موج گسترده‌ای از «نام‌گزینی انتقامجی». بااین حال در زمینه ادعای عبدی، دو نکته باید جداگانه بررسی شود؛ نخست، مرجع آماری مورد استناد او کدام است؟ آیا منظور او آمار ملی است یا فهرست‌های منطقه‌ای یا دوره‌ای؟ و دوم، آیا تعبیر «انتقام» بیشتر جنبه استعاری و تحلیل فرهنگی دارد یا ادعای علت و سبب مستقیم؟ در برخی گزارش‌های محلی یا برآوردهای استانی (مثلاً برخی آمارهای منطقه‌ای تهران) نام‌هایی مانند «شاهان» در میان دهه‌های اخیر در برخی فهرست‌های محدود مشاهده شده‌اند؛ و واقع، افزایش نسبی توجه به این نام در شبکه‌های اجتماعی یا میان برخی طبقات شهری لزوماً به معنای فراگیری ملی نیست. گسترش دیدشدن یک نام در فضای مجازی می‌تواند خطای ادراکی ایجاد کند؛ پدیده‌ای که می‌توان آن را توهم فراگیری نامید. اما این حضور محلی و مقطعی هرگز به معنای تسلط یا رتبه دوم ملی نیست و نباید معادل یک‌روند فراگیر قلمداد شود. بنابراین ادعای اینکه «شاهان» دومین اسسم پرتکرار در سطح ملی است در برابر آمار سراسری قابل دفاع نیست و نیازمند شفاف‌سازی مرجع است.

اما ریشه نام «شاهان» خود پرسشی قابل توجه است. از منظر زبان‌شناسی، «شاهان» جمع واژه «شاه» است، درحالی‌که در سنت نام‌گذاری فارسی معمول برای ساخت نام‌های مفرد از پسوند «انه» (مانند سمانه – شاهانه) استفاده می‌شود. بنابراین از لحاظ ساخت‌وازی، «شاهان» در اصل معنای جمع دارد و نه مفرد. اگر مقصود از نام «شاهان» بازتابی از شکوه یا سلطنت باشد، انتخاب چنین پسوندی در تضاد با منطق دستوری فارسی است و نمی‌توان برای آن ریشه تاریخی یا کاربرد کهن یافت. این نام در لغت‌نامه دهخدا نیز وجود ندارد و بیشتر یک ساخت مدرن، زاده ذوق زبانی جدید یا گرایش به واژگان قدرت‌مدار در ذهن نسل جوان است. از سوی دیگر، بررسی تطبیقی روندهای نام‌گذاری نشان می‌دهد که محبوبیت نام «محمد» نه تنها در ایران بلکه در جهان نیز روبه‌افزایش است. طبق گزارش اداره ملی آمار بریتانیا (ONS) در سال ۲۰۲۴، «محمد» برای دومین سال متوالی محبوب‌ترین نام نوزادان پسر در انگلیس وژلر بوده است. این پدیده نشان می‌دهد انتخاب نام مذهبی الزاماً نشانه عقب‌ماندگی فرهنگی یا فشار ایدئولوژیک نیست، بلکه بخشی از جریان جهانی بازتعریف هویت دینی در جوامع چندفرهنگی است. از این منظر، حضور پررنگ نام‌های مذهبی در ایران بیش از آنکه از کنترل حکومتی ناشی شود، بازتابی از استمرار الگوهای فرهنگی بومی و مذهبی در خانواده‌هاست.

در برابرین، اگر قرار بود نام‌گذاری نوزادان ایرانی بازتابی از ملی‌گرایی فرهنگی یا اعتراض به ساختار رسمی باشد، انتظار می‌رفت نام‌هایی با ریشه باستانی و تاریخی مانند «کوروش»، «داریوش» یا «آریوبرزن» در فهرست‌های یکرار برقرار قرار گیرند اما چنین نیست. نه‌تنها این نام‌ها در رتبه‌های نخست‌نیتند، بلکه طبق آمار رسمی، در دهه‌های بسیار پایین قرار دارند. این واقعیت نشان می‌دهد انتخاب نام‌های باستانی، برخلاف تصور عمومی از کرایش ملی‌گرایانه، هنوز به جریان غالب بدل نشده‌و شاید بیشتر در حوزه گنتار ووشنفرکانه با تبلیغ شبکه‌های اجتماعی باقی مانده است. تحلیل علیّ یا به‌عبارت‌دیگر نسبت‌دادن انتخاب نام غیر مذهبی یا «اسامی غیرسنتی» به یک عمل «انتقام‌جوانه از حکومت» به‌سادگی قابل پذیرش نیست. انتخاب اسسم را مجموعه‌ای از عوامل مانند باورهای مذهبی و خانوادگی، الگوهای رسانه‌ای و سلب‌ریتی‌ها، کرایش‌های زبانی و آواشناختی، جهش‌های مُد در شبکه‌های اجتماعی، نقش نام‌پذیری و فهرست‌های تأییدشده توسط تب‌احوال‌ساختارهای جغرافیایی-اتنیکی جامعه تعیین می‌کند. به‌عبارت‌دیگر وقتی والدینی نامی را برمی‌گزینند، بیشتر از آنکه در پی «انتقام» از نهاد قدرت باشند، احتمال دارد تحت‌تأثیر فیلم، سریال، شخصیت رسانه‌ای (مانند پرفر فادر شدن اسامی رستاو آوا، دو شخصیت دل) یا ترکیب پسنیدله آواها و معنا قرار گرفته باشند. بالطبع ممکن است در لایه‌ای نمادین و ژورف‌تر برخی انتخاب‌ها حامل روایت‌های اعتراضی یا بازتابی فاصله‌گیری از ارزش‌های رسمی باشند؛ اما این موضوع را باید از طریق پژوهش‌های کیفی (مصاحبه با خانواده‌ها، تحلیل محتوای رسانه‌ای و سنج‌ه‌های هویتی) نشان داد، نه از یک گزاره خبری یا برداشت استعاری.

ناگفته‌های مسافرت رفتن ما، ۷۰ درصد خانهٔ اقوام می‌رویم

۳ درصد ایرانی‌ها با هواپیما سفر می‌روند



پنج استان برتر از حیث مقاصد گردشگران داخلی در فصل بهار با اقامت شبانه از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳ (میلیون سفر)				
رتبه اول و تعداد سفر	رتبه دوم و تعداد سفر	رتبه سوم و تعداد سفر	رتبه چهارم و تعداد سفر	رتبه پنجم و تعداد سفر
خراسان رضوی	مازندران	فارس	تهران	اصفهان
۴/۴	۳/۰۴	۲/۴	۲/۳	۲/۱۳
خراسان رضوی	مازندران	تهران	گیلان	اصفهان
۵/۲	۳/۸۹	۳/۸۴	۳/۰۵	۲/۲۷
خراسان رضوی	مازندران	تهران	گیلان	اصفهان
۴/۶	۳/۳۵	۲/۴۳	۲/۲۹	۱/۸۶
خراسان رضوی	تهران	مازندران	گیلان	فارس
۴/۲	۳/۴	۲/۹۹	۲/۷۸	۲/۷
خراسان رضوی	مازندران	گیلان	تهران	فارس
۳/۹	۳/۵۴	۳/۳	۳/۲	۲/۶
خراسان رضوی	مازندران	تهران	گیلان	فارس
۵/۵	۴/۷۷	۴/۱۶	۳/۲۹	۳/۲
خراسان رضوی	مازندران	تهران	فارس	اصفهان
۵/۷	۴/۵۱	۳/۸۲	۳/۰۸	۲/۷۱
خراسان رضوی	مازندران	تهران	فارس	گیلان
۵/۶	۴/۲۹	۴/۱	۲/۹	۲/۵
خراسان رضوی	مازندران	تهران	فارس	گیلان
۴/۵	۳/۲۱	۲/۸۶	۲/۶	۱/۹۹

پنج استان برتر از حیث مقاصد گردشگران داخلی در فصل بهار بدون اقامت شبانه از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳ (میلیون سفر)				
رتبه اول و تعداد سفر	رتبه دوم و تعداد سفر	رتبه سوم و تعداد سفر	رتبه چهارم و تعداد سفر	رتبه پنجم و تعداد سفر
گیلان	اصفهان	مازنداران	خراسان رضوی	فارس
۳/۱۸	۱/۹۵	۱/۷۱	۱/۶۱	۱/۴
گیلان	مازندران	اصفهان	تهران	خوزستان
۶/۵۲	۳/۲	۳/۰۶	۱/۸	۱/۷
گیلان	مازندران	خراسان رضوی	فارس	اصفهان
۵/۵	۲/۸	۲/۰۵	۱/۸	۱/۷
گیلان	فارس	مازندران	قزوین	اصفهان
۶/۱۱	۲/۶	۲/۰۹	۱/۹۹	۱/۹
گیلان	قزوین	فارس	اصفهان	خوزستان
۷/۱۶	۲/۹۷	۲/۳	۲/۱	۲/۰
گیلان	مازندران	کرمانشاه	فارس	تهران
۸/۰۸	۴/۰۵	۳/۵	۳/۵	۳/۲
مازندران	گیلان	کرمانشاه	فارس	خوزستان
۵/۳	۵/۲	۳/۹۳	۳/۷	۳/۳
گیلان	مازندران	کرمانشاه	تهران	فارس
۵/۳۳	۵/۳	۳/۹۳	۳/۸	۳/۸
گیلان	زنجان	خراسان رضوی	کرمانشاه	تهران
۳/۰۹	۲/۹	۲/۷	۲/۱	۲/۰۹

یعنی حدود ۱۲ درصد از کل مسفرها را داشته است. تعداد سفرها در سال ۱۳۹۷ به اوج خود رسید و با ۷/۵ میلیون سفر پیش‌تان تمام استان‌ها بود. این پیششاری تا امروز نیز همچنان پایرجاست و خانوارهای ایرانی استان خراسان رضوی را با اقامت شبانه به‌عنوان استان محبوب خود برای سفر می‌دانند. پس از استان خراسان رضوی استان‌هایی مانند مازنداران، گیلان، استان فارس، تهران و اصفهان نیز به چشم می‌خورد. میزان سفرهای بدون اقامت شبانه نیز مشابه سفرهای با اقامت شبانه است و در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۳، ۱۱،۱۴۰ میلیون سفر ثبت شد. در میان پنج مقصد برتر گردشگری بدون اقامت قرار بگیرند که نام استان‌هایی مانند گیلان، مازنداران، اصفهان، فارس، تهران کرمانشاه، خوزستان، قزوین، خراسان رضوی وزنجان به چشم می‌خورد.

سفرهای بهاری برای همه اقشار محدود ترشده است

بررسی آمارهای منتشر شده در خصوص سفرهای داخلی خانوارهای ایرانی در فصل بهار از ابتدای سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳، تعداد خانوارهای سفر کرده از ۱۱/۸ میلیون خانوار در سال ۱۳۹۰ به ۱۴/۱ میلیون خانوار در سال ۱۴۰۳ رسیده این یعنی ما شاهد رشدی ۲۰ درصدی در این بخش هستیم؛ اما مسئله‌ای که در این زمینه قابل توجه‌است، شاخص دسترسی‌پذیری خانوارهای مسافر به کل خانوارهاست. آمارهای منتشر شده توسط گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس می‌گوید شاخص دسترسی‌پذیری در سال ۵۸،۱۳۹۰ درصد بوده که در سال ۱۴۰۳ به ۵۲ درصد رسیده است به این معنی با وجود رشد جمعیت و تعداد کل خانوارها و افزایش تعداد مسافران، سفرهای بهاری برای همه اقشار محدودتر شده است. علت محدود شدن سفر برای همه اقشار همان‌طور که انتظار می‌رود مربوط به افزایش هز به‌های سفر و فشارهای اقتصادی در سالیان گذشته بوده چراکه دسترسی‌پذیری کاهش یافته و بخش قابل توجهی از جامعه به دلیل محدودیت‌های مالی از چرخه سفرهای داخلی در فصل بهار به کنارت رفته است. جامعه ایرانی با توجه به وجود منابع طبیعی، تاریخی و معنوی در کشور ایران یکی از جامع گردشگر در جهان محسوب می‌شود. به نحوی که در سال‌های مختلف تعداد قابل توجهی از سفرها رقم خورده است برای مثال در سال ۱۳۹۱ ۷۱ میلیون سفر و در سال ۱۳۹۷ شاهد ۱۱۲ میلیون سفر بوده‌ایم و این تعداد سرفرس از محدودیت‌های کروئایی در سال ۱۴۰۳ مجلد به ۷۰ میلیون سفر رسیده است. مسئله‌ای که می‌تواند با نقش آفرینی قابل توجه مسئولان و متولیان امر باعث گردش مالی برای شهرهای میزبان شده‌و از طریق این سفرهایزی مردم ساکن در استان‌های میزبان سودآوری رقم بخورد.

در بهار ۱۴۰۳ بیش از ۷۱ میلیون سفر در کشور ثبت شده است

باشیوع همه‌گیری کرونا و آغاز محدودیت‌های گسترده جهت انجام هرگونه سفر، مرکز آمار ایران به‌عنوان مرجع رسمی انتشار داده‌های مربوط به گردشگران ملی، پس از سه سال وقفه، در ۱۵ اسفند ۱۴۰۳ نتایج کلی آمارگیری از گردشگران ملی در بهار سال ۱۴۰۳ را منتشر می‌کند. مرکز آمار در ادامه و در اواسط بهار سال جاری این آمار را به‌روز و تکمیل می‌کند. طبق آمار، مرکز آمار منتشر کرد و در گزارشی که مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی به آن پرداخته در بهار سال گذشته بیش از نیمی از خانوارهای کشور، یعنی جمعیتی حدود ۱۴ میلیون خانوار، حداقل یک سفر را انجام داده‌اند. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در گزارش اخیر می‌که منتشر کرده تأکید می‌کند، در مجموع طی فصل بهار در سال ۱۴۰۳ بیش از ۷۱ میلیون سفر در کشور ثبت شده که از این تعداد، ۷۱ میلیون و ۶۰۰ هزار سفر داخلی بوده و مابقی متعلق به سفرهای خارجی است. آمارهای منتشرشده از رفتار خانوار ایرانی در سال گذشته حاکی است که خانوارها با توجه به فشارهای مالی و محدودیت‌های معیشتی در تلاشند تا هزینه سفر خود را به حداقلی‌ترین شکل ممکن برسانند؛ به نحوی که از تعداد ۷۰ میلیون و ۶۰۰ هزار سفر، نزدیک به ۳۶ میلیون سفر (۵۱ درصد) بدون اقامت شبانه و حدود ۳۴ میلیون سفر (۴۹ درصد) با اقامت شبانه به سفر رفته‌اند.

موضوع دیگری که پررنگ است، این است که جامعه ایران کدام استان‌ها را مقاصد اصلی خود می‌دانند و تمایل دارند به آن استان‌ها سفر کنند؛ طبق داده‌های به‌دست آمده از این ۷۰ میلیون سفر انجام‌شده استان‌های خراسان رضوی، مازندران، گیلان، تهران و فارس جزو استان‌های مقصد با بیشترین سفرها در بهار ۱۴۰۳ بوده‌اند. در کنار مسائل مربوط به مقاصد اهداف جامعه ایرانی برای سفر نیز قابل توجه است، طبق اطلاعاتی که مرکز پژوهش‌های مجلس اخیراً در گزارشی منتشر کرده است مهم‌ترین اهدافی که گردشگران در سال گذشته داشته‌اند در چهار هدف اصلی از جمله دیدار با اقوام و آشنایی، تفریح و فراغت، زیارت و در مان خلاصه شده است.

حدود ۷۰ درصد اقامت گردشگران در خانه اقوام و بستگان بوده است

سفرهای فصل بهار جامعه ایرانی که می‌توانست به گردش مالی قابل توجه در جامعه میزبان منجر شود؛ اما دستاورد قابل توجهی نداشت؛ چراکه این سفرها و راه مسیرهای غیررسمی یا حمایت‌های خانوادگی شده است که امکان گردش مالی برای جامعه میزبان را به حداقلی‌ترین شکل ممکن رسانده است. آمار منتشرشده در این زمینه حاکی است که نزدیک به ۷۰ درصد از اقامت‌ها در بهار ۱۴۰۳ اقامت در خانه بستگان و آشنایان بوده است. در مقابل سهم هتل‌ها و مهمان‌سراها به شدت ناچیز بوده است به نحوی که تنها ۴ درصد اقامت‌ها را به خود تخصیص داده است. افزایش تورم و گرانی‌های موجود، نحوه سفرکردن جامعه ایرانی را نیز با تغییراتی همراه کرده است؛ به شکلی که ایرانیان برای سفر کمتر به سراغ هواپیما و قطار می‌روند. به همین جهت حجم عظیم سفرهای داخلی در بهار سال گذشته با خود ر و وسایل نقلیه شخصی رقم خورده است.

در جامعه ایران کمتر خانواده‌ای بدون خودرو است، حتی خانواده‌های کم‌درآمد نیز یک وسیله نقلیه برای خود دارند به همین جهت است که آمارها نشان می‌دهند حدود ۷۰ درصد از سفرها در مسیر رفت با خودروهای شخصی رقم خورده. آماری که از وابستگی بالای گردشگران به این وسیله نقلیه خبر می‌دهند. در مقابل آمار سفرها با هواپیما و قطار کمتر از ۳ درصد است.

استان خراسان رضوی صدرنشین اقامت برای مسافران است

مسفرها همواره به دو بخش بدون اقامت شبانه و با اقامت شبانه تقسیم می‌شود. در بین سفرهای با اقامت شبانه همچنان نام استان خراسان رضوی در تمام این سال‌ها صدرنشین مطلق بوده است، به نحوی که این استان در سال ۱۳۹۰ ۴/۴۱ میلیون سفر