

“نشانی الکترونیکی^۱ به مثابه هویت فردی”

لیلا صادقی

دانشجوی دکتری زبان‌شناسی همگانی، دانشگاه تهران

غلامحسین کریمی‌دوستان

دانشگاه تهران

چکیده

این مقاله به بررسی چیستی و دلالت‌های “نام واقعی” و سپس نام مجازی می‌پردازد. هدف این است که با مقایسه این دو، به تفاوت‌های میان ساخت نام مجازی و واقعی و نیز رابطه میان نام مجازی (الکترونیکی) با هویت فردی بپردازیم. و همچنین ارزش فردی، اجتماعی و فرهنگی پدیده نام‌گذاری مجازی را مورد بررسی قرار دهیم. مبنای داده‌های این پژوهش، پرسش‌نامه‌ای است شامل ۱۰ سؤال ۴ گزینه‌ای، که ۲۲۲ آزمودنی به آن پاسخ داده‌اند. از این طریق، ۱۳ الگوی نام‌گذاری مجازی استخراج شد. روش پژوهش، توصیفی-تحلیلی است مبنی بر این که انتخاب هر نام، به صورت ناخودآگاه از سوی فرد، اشاره به نوع نگاه او به مقوله خود، و نیز دلالت بر بخشی از هویت فردی او دارد. در نتیجه، کارکردهای نام در دنیای واقعی و مجازی تفاوت‌هایی دارند. چنان که در نام‌های واقعی، نام به دلیل ملازمت در زمانی با فرد، بر هویت او تأثیر می‌گذارد، ولی در نام‌های مجازی، فرد خواسته‌های خود را به واسطه نام، مطرح می‌کند و بر نام خود تأثیر می‌گذارد.

کلیدواژه‌ها: نام الکترونیکی، نام مجازی، نام واقعی، هویت فردی، نظام ارجاعی، نظام دلالتی، نام‌گذاری.

۱. در این بحث بخشی از نشانی الکترونیکی (ایمیل) که قبل از علامت @ می‌آید و عملکردی همانند نام دارد، مورد توجه و بررسی است.

۱. مقدمه

هرروزه نام‌های الکترونیکی جدیدی ساخته می‌شوند و با هر نام الکترونیکی، نامی جدید در فضای مجازی اینترنت حضور خود را اعلام می‌کند. اما آیا این نام‌ها می‌توانند مانند "نام واقعی"^۱ افراد، نشانه‌ای از هویت فرد باشند؟ به عقیده گیدنز^۲ (۱۹۹۱: ۵۳)، امروزه هویت شخصی مسئله‌ای بازتاب‌دهنده است. انسان مدام روایت‌هایی درباره کیستی و چیرستی خود مطرح می‌کند. هویت شخصی، بازتاب درک فرد از زندگی خود است، و هویت صرفاً محصولی از عقایدی است که زندگی انسان را بازتاب می‌دهد. هویت، براساس زندگی شخص، کنش‌ها و تأثیراتی شکل می‌گیرد که گذشته را توضیح داده و به سوی آینده حرکت می‌کند.

پرسش درباره هویت، در جامعه مدرن، پیامد و علت تغییرات در سطح نهادین جامعه است. گیدنز میان جنبه‌های خرد جامعه (معنای درونی فردیت و هویت)، و تصویر کلان آن (دولت، مؤسسه‌های سرمایه‌داری چندملیتی و جهان‌شمول) ارتباط‌هایی می‌بیند. این سطوح مختلفی که جامعه، به‌طور سنتی، با هر کدام جداگانه رفتار کرده است، بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و به‌تنهایی قابل فهم نیستند. مردم ناگهان درباره نوع تغییر زندگی خود تصمیم نمی‌گیرند، بلکه دلایل این تغییرات را در شبکه نیروهای خرد و کلان باید جست. تغییر روابط زناشویی، ارتباط‌های دیگر انسانی و تعامل‌های بین‌افردی، با تغییر در نقش مذهب و عقلانیت توجیه می‌شود. تغییرات اجتماعی از تغییر در نگرش افراد به زندگی ناشی می‌شود و همچنین باعث تغییر در نگرش افراد می‌شود. رسانه‌های عمومی بر دریافت افراد از روابط تأثیر می‌گذارند. به‌عنوان مثال، با ورود فناوری رایانه‌ای و ایجاد روابط الکترونیکی، امکان دسترسی انسان‌ها به یکدیگر بیشتر شده است. افراد همچنان که در دنیای واقعی دارای شناسنامه و نشانی محل مسکونی هستند، در دنیای ارتباط‌های مجازی نیز دارای شناسنامه‌اند. اما برخلاف دنیای واقعی، این شناسنامه‌ها می‌توانند ساخته تخیل خود آن‌ها، متکثر و چندبعدی باشند.

انسان‌ها "خود" را، به‌طور ضمنی، در نام‌های مجازی انتخابی خود بازتاب می‌دهند. اخبار و رسانه‌های خبری، انسان‌ها را از یافته‌های تحقیقاتی درباره سبک زندگی و تغییرات اجتماعی در زندگی خانوادگی، مطلع می‌کنند. امروزه این خبرها به‌صورت اینترنتی نیز در دسترس است. بسیاری از مردم برای برقراری تعامل دوسویه با مراکز خبری و ابراز هویت فردی خود، به سوی

1. real name
2. A. Giddens

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

دنیای مجازی کشیده می‌شوند. دنیای واقعی، فردیت را تحت حاکمیت گروه در می‌آورد، اما دنیای مجازی به‌مثابه ابزاری است که به فردیت‌گرایی بها می‌دهد. اطلاعات و اندیشه‌هایی که به‌واسطه رسانه‌ها به دنیای مجازی و واقعی انتقال داده می‌شوند، غالباً و نه همیشه، بازتاب‌دهنده دنیای اجتماعی هستند.

مجازی‌بودن فضای اینترنت، تنها اختیار کاربران آن را افزایش می‌دهد، حوزه آزادی فردی، تشخیص و بیان فردی را رشد می‌دهد. به هر فردی اجازه می‌دهد که فضای شخصی خود را عمومی کند، چه در وب‌نوشت‌ها و چه با فرستادن نامه الکترونیکی به تعدادی از افراد ناشناس. در این فضای مجازی، مسئله هویت بیشتر از دنیای واقعی فرد را درگیر می‌کند، چراکه فرد می‌تواند با جنبه‌های مختلفی از خود وارد بازی شود. مثلاً یک‌بار به‌عنوان یک همکار، در محیطی رسمی، از نشانی الکترونیکی رسمی خود استفاده کند و یک‌بار به‌عنوان فردی ناشناس با دیگران وارد اتاق‌های گفت‌وگوی مجازی شود. هر فردی ممکن است نام‌های الکترونیکی مختلفی داشته باشد، که هر کدام برای کاربردی خاص در نظر گرفته شوند. همچنین در هر دوره از زندگی، یک نام الکترونیکی ممکن است حامل اطلاعات هویتی فرد باشد و این امکان ارضا کننده، بیان‌گر جنبه‌های مختلف شخصیت انسان امروزی است. حتی تغییر نام الکترونیکی هم بخشی از هویت فرد را نشان می‌دهد، همان‌طور که فرد تغییر می‌کند، پس نام او نیز باید قابلیت تغییر داشته باشد. اما این امکان در دنیای واقعی در اختیار فرد قرار نمی‌گیرد و فرد همیشه مسئول بوده‌های خود است.

زندگی در فضای مجازی، سازوکار خود را می‌طلبد، اما برای بررسی عملکرد این نشانه‌های مجازی، در ابتدا باید به چیستی نام و پدیده نام‌گذاری پرداخت و سپس آن را در ارتباط با پیشرفت‌های تکنولوژیکی سنجد، که تا چه حد بر محدوده آزادی و انتخاب افراد، در حوزه نام‌گذاری تأثیر می‌گذارد. و در آخر این‌که، چگونه می‌توان هویت فردی را در دنیایی که به افراد هویت مجازی می‌دهد، شناسایی کرد؟

پژوهش‌های بسیاری در زمینه پدیده نام‌گذاری افراد، تأثیر نام بر شخصیت و ارتباط میان نام و شخصیت انجام شده است. اما در این مقاله به‌منظور روشن شدن ارتباط میان نام الکترونیکی و هویت فردی، نام‌های مجازی انتخاب‌شده از سوی خود فرد، در دنیای اینترنتی، مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

داده‌ها در این پژوهش، به‌صورت پیمایشی (پرسشنامه‌ای) و در فضای اینترنت گردآوری شده است. برای ۴۰۰۰ نام مجازی پرسشنامه اینترنتی فرستاده شد که از آن میان حدود ۲۰۰ نفر به پرسش‌نامه‌ها پاسخ دادند و عده‌ای هم آن را پر نکردند اما توضیحی درباره نحوه نام‌گذاری خود فرستادند. در مجموع، داده‌ها به ۲۲۲ نام الکترونیکی رسید. با بررسی الگوهای متفاوتی که از این داده‌ها به‌دست آمد، در حدود ۱۳ الگوی نام‌گذاری مجازی به‌دست آمد. این الگوها نشان‌دهنده نگرش عمومی جامعه آزمودنی نسبت به پدیده نام در فضای مجازی است. البته پدیده نام مجازی پیوندی ناگسستنی با «نام واقعی» دارد، چرا که کارکرد آن در بسیاری جهات همانند «نام واقعی» است، اما با رویکردی متفاوت.

ارتباط میان نام و مفهوم «خود»، براساس شواهد تحقیقاتی بسیاری قابل اثبات است. یکی از این تحقیقات را گاروود^۱ (۱۹۷۶) در دانشگاه تولان^۲ انجام داده است (استرانک^۳، ۱۹۵۸: ۶۷-۶۴). او از معلمان خواست تا افراد را براساس نام‌های مطلوب و نامطلوب درجه‌بندی کنند و به این نتیجه رسید که گروهی که دارای نام‌های مطلوب بودند، نسبت به گروهی که نام‌های نامطلوب داشتند، از میزان سازگاری بهتری برخوردار بودند. همچنین گروه دارنده نام‌های مطلوب، درگیری هویتی کم‌تری داشتند. یافته‌های گاروود اساساً همانند یافته‌های بسیاری دیگر از محققان، از جمله خود استرانک بود. او علاقه افراد درباره نام کوچک را با مفهوم «خود» مقایسه کرد. استرانک به این نتیجه رسید که افرادی که نام کوچک خود را دوست ندارند، نگاه مثبتی به مفهوم خود نداشته، و آنانی که نام کوچک خود را دوست دارند، چهره مقبول‌تری از خود در ذهن ساخته‌اند.

نام‌گذاری، فرایندی است که واژه یا عبارتی خاص را به الگویی خاص منسوب می‌کند. در نتیجه نام در انتزاع و به‌تنهایی کاربرد ندارد، بلکه در بافت اجتماعی ارزش فردی پیدا می‌کند. به گفته استرانک (۱۹۵۸: ۶۴)، از نظر تاریخی، نام فرد باز نمودی از جنبه مهمی از پدیده «خود» است. از دید لاسون^۴ (۱۹۷۱: ۲۳۴)، نام، بخشی از مفهوم فردی «خود» است و نیز به گفته هرری^۵ و مک دیوید^۶ (۱۹۷۳: ۲۲۳)، افراد به‌واسطه برجسب‌ها و عنوان‌هایشان مورد قضاوت قرار می‌گیرند. از آن‌جاکه برقراری ارتباط لازمه فضای مجازی است، افراد نیاز به یک هویت اینترنتی

-
1. G. Garwood
 2. Tulane University
 3. O. Strunk
 4. E. D. Lawson
 5. H. Harari
 6. J. W. McDavid

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

دارند که به‌واسطه آن، میانشان کنش ارتباطی صورت گیرد. این هویت اینترنتی، همان نام الکترونیکی است که برجسیبی بر فرد می‌گذارد. البته میان "نام واقعی" و مجازی (اینترنتی) شباهت‌ها و تفاوت‌هایی هست که برای بررسی آن، نخست به چیستی نام و دلالت‌های آن باید پرداخت.

۲. مباحث نظری

۱.۲. چیستی نام و دلالت‌های آن

ریشه واژه "نام" در اوستایی و سانسکریت *nama*، یونانی *onoma* و لاتین *nomen* است، که همه از یک ریشه و به‌معنای "آواز یک فرد" بوده‌اند (هارپر^۱، ۲۰۰۱). پدیده "نام"، بنابه‌تعریف فرهنگ معین (۱۳۷۵)، عبارت است از: «۱. لفظی که بدان چیزی یا شخصی را بخوانند، اسم ۲. شهرت، آوازه (خوب) ۳. یاد، ذکر ۴. عنوان...». همچنین براساس "فرهنگ جامع نام‌های ایرانی" (حاجی‌زاده، ۱۳۸۰: ۳)، «نام، واژه‌ای برای نامیدن و به‌منظور تمیز چیزی از چیز دیگر یا فردی از فرد دیگر است». برطبق فرهنگ اینترنتی وبستر (پارکر^۲، ۲۰۰۸)، «نام، برجسیبی برای اشیا، اشخاص، اماکن، مارک‌ها و همچنین عقاید و مفاهیم است، که دراصل برای تمایز میان یک شخص از دیگران به‌کار می‌رود. نام ممکن است هویت یک طبقه یا مقوله‌ای از اشیا و یا یک شیء منفرد را، به‌تنهایی و یا در بافت، شناسایی کند، که به آن نام خاص هم می‌گویند.» باتوجه به این تعریف، کاربرد نام براساس ایجاد تمایز میان افراد تعیین می‌شود. درواقع نام‌گذاری یکی از کارکردهای زبان به‌شمار می‌آید و چنان‌که سوسور^۳ (۱۹۸۳: ۱۶۷) اشاره می‌کند، ارزش زبانی، براساس ایجاد تمایز یا تقابل میان واحدهای زبانی ایجاد می‌شود، پس یکی از ارزش‌های کارکردی نام‌گذاری، ایجاد تمایز میان افراد است.

براساس پژوهشی که در ایران درباره نام افراد انجام شده است (ایمانی، ۱۳۶۵)، گزینش نام کوچک، امری انتخابی برای خانواده به‌شمار می‌آید که مهم‌ترین عامل اجتماعی نام‌گذاری تلقی می‌شود و در جوامع پدرسالار، معمولاً پدر و بستگان نام فرد را تعیین می‌کنند، اما نام‌خانوادگی غیرانتخابی و اجباری است. براساس این پژوهش، عامل نام‌گذاری، یعنی خانواده، براساس چهار

1. D. Harper
2. M. Parker
3. F. de Saussure

عامل برای افراد نام‌گزینی می‌کند: با توجه به نوع نامی که برای زمینه نام‌گذاری مناسب است، با توجه به نام‌گیرنده، با عنایت به آنچه از نظر نام‌گذار مطلوب است، و با توجه به دیدگاه جامعه. ساخت کلی جامعه و بن‌مایه‌های فکری موجود در جامعه، بر نام افراد تأثیر می‌گذارد. بنا بر این پژوهش، الگوهای نام‌گذاری کودکان، منعکس‌کننده ویژگی‌های فردی، زمانی، شغلی، فرهنگی و وضع اجتماعی است. دیگر این‌که برای نام‌گذاری افراد، نظام واژگانی و مفاهیم واژه‌ها بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد. در نتیجه، به نقل از وبستر (پارکر، ۲۰۰۸): داشتن یک نام برای فرد، امری جهانی است. نام شخص معمولاً در بدو تولد داده می‌شود و تا آخر زندگی همراه اوست. نام‌های دیگری ممکن است به نام فرد اضافه شوند که نشان‌دهنده نسبت خانوادگی، جغرافیایی و دیگر مشخصه‌های او باشند. جزئیات نام‌گذاری، به واسطه فرهنگ فرد تعیین می‌شود. برخی از قسمت‌های نام‌گذاری انعطاف پذیرتر از قسمت‌های دیگرند، اما در همه فرهنگ‌ها، قوانین شناخته‌شده با توجه به سوابق تاریخی تغییر می‌کنند. سازه‌های رایج "نام واقعی"، که در بدو تولد داده می‌شود، بر طبق وبستر (پارکر، ۲۰۰۸)، عبارتند از نام کوچک، نام پدری، نام خانوادگی و نام میانی.

نام کوچک^۱: این پدیده، جهانی است. در بیشتر فرهنگ‌های غربی، قبل از نام خانوادگی، و در برخی فرهنگ‌ها نیز بعد از نام خانوادگی، می‌آید. برخی فرهنگ‌ها هم فاقد نام خانوادگی هستند. اما غالب فرهنگ‌ها از نام کوچک، که در هنگام تولد بر فرد می‌نهند، برای نام‌گذاری استفاده می‌کنند. نام کوچک بیشتر معانی مطلوب مورد نظر والدین را به فرد نام‌گذاری شده نسبت می‌دهد. **نام پدری^۲:** نام پدر یا مادر و یا نامی مشتق از هر دو است. بسیاری از نام‌های خانوادگی از نام پدری مشتق می‌شوند. به‌عنوان مثال، در فرهنگ مردم عرب‌زبان، نام پدر همراه نام فرزند می‌آید، که از لحاظ هویت فردی، وابستگی به نظامی قبیله‌ای را نشان می‌دهد.

نام خانوادگی^۳: این سازه در بسیاری از فرهنگ‌ها اجباری و نشان‌دهنده ریشه‌های خانوادگی فرد است. دست‌کم در خلال ۳۰۰ سال گذشته چنین بوده. پیش‌از آن مردم با نام‌های مفروض و یا محل تولد شناخته می‌شدند. نام خانوادگی جنبه موروثی و تحمیلی بیشتری نسبت به دیگر انواع نام‌ها دارد. ریشه نام خانوادگی از چهار منبع می‌تواند باشد. اسمیت^۴ (۱۹۹۷: ۳۲۳)، منشأ عام نام‌ها را در چهار

1. given name
2. patronymic
3. family name
4. E. C. Smith

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

الگو طبقه‌بندی می‌کند، که عبارتند از: الف. نام نیاکان (احمدی، حسینی). ب. نام محل (شمالی، مراغه‌چی). ج. نام حرفه (قلمچی، مسگرنژاد). د. نام مستعار: ویژگی‌ای که دیگران به فرد نسبت می‌دهند (نثاری، صادقی، امراللهی).

نام میانی^۱: در برخی فرهنگ‌ها، افراد دارای نام میانی هستند و یا در نام خانوادگی آن‌ها یک نام اولی و نام دومی وجود دارد که برخی بخش اول و برخی بخش دوم را اصلی تلقی می‌کنند. سازه‌های تشکیل‌دهنده^۲ "نام واقعی" غالباً در نام مجازی اینترنتی نیز کاربرد دارند، مانند نام کوچک، نام خانوادگی، نام میانی و همچنین نام مستعار، اما سازه‌های دیگری در نام مجازی وجود دارند که غالباً "نام واقعی" فاقد آن است، که عبارتند از: اعداد و شاخص‌ها. از دیگر تمهیداتی که در ساختن نام مجازی کاربرد دارند می‌توان از کوتاه‌سازی^۳، سرنام‌سازی^۴، آمیزه‌سازی^۴، بریده‌سازی^۵ و استعاره‌سازی^۶ نام برد.

در نتیجه، نام مجازی با نام کوچک، در انتخابی بودن شباهت دارد. و تفاوت آن با "نام واقعی" در فردی است که نام را انتخاب می‌کند، یعنی والدین که "نام واقعی" را، و خود فرد که نام الکترونیکی را انتخاب می‌کنند. انتخاب نام "واقعی" برای فرد، از سوی والدین، اختیاری تلقی می‌شود، اما برای خود فرد تحمیلی و اجباری است. در صورتی که نام مجازی برای خود فرد دارای جنبه‌ای اختیاری است. استرانک (۱۹۵۸: ۶۶)، در بررسی‌های خود درباره نام، با رویکردی جدید به پژوهش می‌پردازد. طبق یافته‌های او، نام کوچک بحث‌برانگیزترین سازه نام‌گذاری است. نام کوچک نه تنها برای خود فرد، بلکه برای دیگران نیز اهمیت دارد و این موضوع می‌تواند گواهی بر اهمیت نام الکترونیکی افراد باشد، چراکه در واقع، انتخاب "نام واقعی" برای فرد، نشان‌دهنده شیوه تفکر والدین او است، و همچنین، چنان‌که مطرح خواهد شد، به عقیده برخی روان‌شناسان، هم‌نشینی "نام واقعی" و فرد باعث تأثیر روان‌شناختی نام بر هویت فرد می‌شود، در حالی که نام الکترونیکی نشان‌دهنده شیوه تفکر فرد درباره "خود" است و صرفاً جنبه شناختی دارد، و تأثیر نام بر هویت، در این پدیده، مطرح نیست.

-
1. middle name
 2. abbreviation
 3. acronyms
 4. blending
 5. clipping
 6. metaphORIZATION

نام در معنای فلسفی و منطقی خود، به عناصر مختلفی از تجارب انسانی، از جمله روحیه فردی یا جمعی اشاره می‌کند. بازتاب این تجارب فردی، امیال و آرزوها در نام مجازی افراد (در داده‌های مورد بررسی) حدود ۲۳٪ است. نکته قابل‌ذکر در انتخاب نام‌های مجازی این است که، این نام‌ها همانند نام‌های واقعی خاصیت ارجاعی ندارند (راسل^۱، ۱۹۰۵: ۱-۲)، بلکه خاصیت دلالتی دارند، یعنی در روابط میان دال و مدلول که در انتزاع رخ می‌دهد، تصویری ذهنی و مجازی از فرد وجود دارد. نام‌ها به‌عنوان برجسب‌هایی مجازی هستند که به افرادی نامشخص دلالت می‌کنند. تفاوت روابط دال و مدلول در دنیای واقعی و مجازی در این است که در دنیای واقعی دال و مدلول دارای مشخصه‌های ذاتی مشترک نیستند. نام‌های خاص به افراد ارجاع می‌دهند، که نوعی نشانه قراردادی برای دلالت دال بر مدلول است. ولی این نشانه درباره نام الکترونیکی از دیدگاه خود فرد، تصویرگونه^۲ است. می‌توان از سخنان سوسور (۱۹۸۳: ۱۶۵) چنین برداشت کرد که نام یک شیء به‌مثابه یک نشانه، و معنای ارجاعی نیز مدلول آن به‌شمار می‌آید. درواقع، نام، برجسبی است که به فرد ارجاع می‌دهد. اما به‌عقیده رایمز^۳ (۱۹۹۶: ۲۵۱)، در این صورت نقش فرهنگ نادیده گرفته می‌شود. در برخی تحقیقات ثابت می‌شود که نام‌ها قراردادی نیستند و بر بافت‌های اجتماعی- فرهنگی، و نیز کاربردی- قومی مبتنی هستند.

به‌گفته آلگیو^۴ (۱۹۹۲: ۷۲۸)، «مردم تقریباً همیشه نام‌گذاری می‌شوند. مسلماً انسان بدون نام از نظر اجتماعی و روان‌شناختی، درمقایسه با انسان‌های عادی، با نوعی فقدان مواجه است». به‌عقیده زاواوی^۵ (۱۹۹۳: ۶)، «یک نام باعث ساخته‌شدن یک شخصیت می‌شود، زیرا نامی که بر فردی قرار می‌گیرد، موقعیتی ایجاد می‌کند که در آن نام فرد، قبل از حضور خود او مطرح می‌شود». این نوع تفکر، نشان‌دهنده قدرت نام‌ها برای تأکید بر روابط اجتماعی است. نام اشخاص در این دیدگاه، بازمودی تصویرگونه از ترکیب متغیرهای اجتماعی به‌شمار می‌آید، که به‌مرور در ارتباط میان نام و فرد، نمایه‌ای می‌شود. این نام حاوی مشخصاتی، از جمله جنسیت، سلسله مراتب تولدی^۶، محیط تولد، ساختار فردی، قدرت، جایگاه و غیره است.

1. B. Russell
2. iconic
3. B. Rymes
4. J. Algeo
5. S. M. Zawawi
6. hierarchy of birth

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

به عقیده لاینز^۱ (۱۹۷۷: ۲۲۲)، نام اشخاص به صورت «هم‌زمانی و در زمانی انگیخته می‌شود». رایمز (۱۹۹۶: ۲۳۱)، همین موضوع را تأیید می‌کند و اضافه می‌کند که «نامی که بر یک فرد نهاده می‌شود، در مراسم غسل تعمید دارای معنایی هم‌زمانی است، اما به محض این که افراد آن را به کار می‌برند، آن نام معناهای جدید و متفاوت در زمانی کسب می‌کند. از عوامل تأثیرگذار در انتخاب نام افراد در بدو تولد، وضعیت اقتصادی و اجتماعی و روابط اجتماعی پدر و مادر است.»

زبان، بیان‌گر و توصیف‌کننده پیچیدگی و تنوع شیوه‌های زندگی مردم، و بیان‌گر نظام‌های نام‌گذاری آن‌ها، ازدواج، خانواده، روابط، سیاست، اقتصاد، حرفه، نظام بهداشتی، عقاید مذهبی، قوانین، مراسم تدفین و غیره است. زبان مردم، همچنین لایه‌های جامعه را به تصویر می‌کشد. مردم‌شناسی زبان، چارچوب‌های نظری عامی را برای بافت‌های اجتماعی- فرهنگی خاص به کار می‌برد تا نشان دهد که زبان چه‌گونه باعث ایجاد تمایز میان گروه‌ها، فردیت‌ها و هویت‌ها می‌شود. نام‌گذاری، به‌عنوان یک روش فرهنگی جهانی، می‌تواند مورد استفاده واقع شود.

۲.۲. نام مجازی (الکترونیکی) و دلالت‌های آن

از سازه‌های جهانی فوق، سازه اول، سوم و چهارم، در ایران برای ساخت «نام واقعی» و نیز نام الکترونیکی کاربرد دارد. اما روش دیگری نیز برای تمایز فرد از دیگران وجود دارد که همان نام مستعار^۲ است، که کاربرد آن در دنیای مجازی حائز اهمیت است. زیرا بسیاری از افراد از «نام واقعی» خود استفاده نمی‌کنند و یا صرفاً در کارکردهای رسمی از آن استفاده کرده و نام‌های الکترونیکی دیگری، که هویت آنان را پنهان می‌کند، برای کارکردهای غیررسمی به کار می‌برند، مثل پیغام‌گذاری بر وبلاگ‌ها، ورود به اتاق‌های گفت‌وگوی اینترنتی، ورود و ایجاد ارتباط با سایت‌های غیرمجاز، ارتباط با دیگران، بدون مشخص شدن فاصله نسلی و جنسیتی، و حتی انجام کارهای تحقیقی، بدون مشخص شدن جایگاه اجتماعی فرد، که بر پاسخ آزمودنی‌ها تأثیر می‌گذارد. اسکیموها بر این باورند، که شخصیت و توانایی افراد از طریق نامشان منتقل می‌شود. آنان ارتباط خود را، به این ترتیب با نیاکانشان حفظ می‌کنند (هاوکس^۳، ۱۹۱۶: ۱۱۲). در ساخت نام‌های مجازی نیز کاربرد نام اختصاری، نشانه بی‌احترامی، بی‌هویتی یا خودکم‌بینی نیست، بلکه نشان‌دهنده نگرش فرد، برمبنای تمایز و گاهی نیز ایجاد وحدت است. به‌کاربردن نام و نام

1. J. Lyons

2. nickname

3. E. W. Hawkes

خانوادگی واقعی، در فضای مجازی، برای ایجاد تمایز صورت می‌گیرد. فرد با مطرح کردن هویت واقعی خود، در فضای مجازی، بی‌ارتباط با هویت واقعی، سعی در ایجاد تمایز و تشخیص هویتی دارد. اما الگوهایی که براساس ایجاد وحدت شکل می‌گیرند، نیز کاربرد بسیاری دارند. وحدت، به این مفهوم که وقتی فرد، نامی غیر از "نام واقعی"، برای نشانی الکترونیکی انتخاب می‌کند، می‌تواند با دنیای مجازی که هویت واقعی را پنهان می‌کند، هماهنگ باشد، و به ابهام و غیرواقعی بودن، دامن بزند. این ساخت با کارکردهای مجازی همگونی دارد، و به اصطلاح، نوعی وحدت میان کارکرد نام و بافت مجازی رخ می‌دهد. سازه‌هایی که در ساختن نام‌های مجازی مؤثرند، عبارتند از: ۱. نام کوچک. ۲. نام خانوادگی. ۳. عدد. ۴. نام مستعار. ۵. شاخص.

از میان این پنج سازه، تنها شماره ۱، ۲ و ۴ از استقلال برخوردارند، و از میان این سه عنصر، تنها نام مستعار است که به فرد آزادی انتخاب می‌دهد تا نامی را که به دلیل نگرش والدین بر او تحمیل شده است، تغییر دهد و نامی را که خود می‌پسندد، انتخاب کند. اما طبق پژوهش نگارنده، تنها حدود ۲۲/۶٪ از ایرانیان از این امکان استفاده می‌کنند. از ویژگی‌های شاخص نام الکترونیکی مجازی این است که کاربرد آن کوتاه مدت است و پس‌ازمدتی، نشانی الکترونیکی دیگری، با نام واقعی یا مجازی دیگر، ایجاد شده و مورد استفاده قرار می‌گیرد. استفاده از نام مستعار در فضای مجازی به این معناست که فرد احساس می‌کند، "نام واقعی"، دست‌کم از لحاظ عاطفی، معرف او نیست، و در دنیایی به دور از قاب‌های فرهنگی محدودکننده، در خفا نام‌هایی برای خود می‌سازد، که بخشی از هویت فردی او را با خود حمل می‌کنند. البته استفاده کوتاه‌مدت از این نام‌ها، نشان‌دهنده تغییر نگرش و باورهای فرد نسبت به خود است (طبق پاسخ افراد در الگوی ۵، ۶ و ۷ در پرسش‌نامه).

با بررسی موارد کاربرد نام الکترونیکی، این نتیجه حاصل می‌شود که اندکی از افراد در ساخت نام الکترونیکی (نام مستعار)، در بافت رسمی استفاده می‌کنند. گویی میان بافت رسمی و "نام واقعی" ارتباط تنگاتنگی وجود دارد و نام مستعار، در بافت‌های غیررسمی کاربرد بیشتری دارد (تامانینی^۱: ۲۰۰۵: ۷۱). شاید نام مستعار متعلق به محیط‌های غیررسمی جامعه است و در محیط‌های رسمی جایی ندارد. به همین دلیل، یک فرد هیچ‌گاه از نام الکترونیکی‌ای، که حامل نام مستعارش باشد، در فرم ثبت‌نام، و یا برای ارتباط با همکاران رسمی استفاده نمی‌کند. زیرا نام الکترونیکی فرد بر قضاوت اشخاص درباره او، و نیز بر امر کاربایی تأثیر می‌گذارد (همان: ۵۸)، و

1. K. B. Tamanini

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

شخص ترجیح می‌دهد، به محیط‌های رسمی، با نامی وارد شود، که از لحاظ عاطفی جنبهٔ خنثی دارد، یعنی خود نقشی در انتخاب آن نداشته است.

در بررسی نام‌های الکترونیکی افراد، دو مسئله حائز اهمیت است، یکی چگونگی انتخاب نام، که نشان‌دهندهٔ نوع نگاه فرد به مفهوم "خود" و نگاهی است که مایل است جامعه به او داشته باشد، و دیگری، الگوهای نام‌گذاری، که بیشتر افراد به کار می‌برند و نشان‌دهندهٔ ارزش اجتماعی نام‌های مجازی افراد در بافت الکترونیکی و وضعیت اجتماعی- فرهنگی آنان است.

۳.۲. ارزش فردی و ارزش اجتماعی نام‌گذاری

نام‌گذاری، فرایندی است که واژه یا عبارتی خاص را به الگویی خاص منسوب می‌کند. به‌عنوان مثال، در زبان انگلیسی، نام اکثر گیاهان یا حیوانات ریشهٔ لاتین دارد و نام‌های علمی نیز به زبان لاتین است، که این خود بخشی از هویت تاریخی این زبان را نشان می‌دهد. در دورهٔ قبل از هخامنشیان، بیشتر نام‌ها با اسامی فرشتگان (مزدا، اشا، آتر)، یا با واژه‌هایی که نشانهٔ قدرت و سودرسانی هستند (مانند اسب، شتر، گاو...)، و یا واژه‌هایی که مظهر راستی و پاکی هستند، ترکیب می‌شده‌اند، مانند ویشتاسب، به معنای دارندهٔ اسب‌های بسیار (حاجی‌زاده، ۱۳۸۰: ۵-۴). در دوره‌های بعد، این سنت با نشانه‌هایی متفاوت همچنان ادامه داشته است.

همان‌گونه که جملات کاربردی بشر دارای ساخت دستوری هستند، و نوع جمله‌بندی او می‌تواند در تحلیل گفتمان و یا ارائهٔ اندیشه‌اش مؤثر باشد، می‌توان ادعا کرد که اسامی اشخاص نیز دارای ساخت دستوری هستند، و همین ساخت دستوری متضمن ساخت معنایی و نیز کاربردشناختی، و درنهایت، نشانه‌شناختی است. این ساخت‌ها به صورت لایه‌ای با یکدیگر در تعامل‌اند. طبق الگوی موجود در کتاب "تحلیل معنایی متمایزکننده"^۱ (لاوسون، ۱۹۷۱: ۲۴۰-۲۲۹؛ تامانینی، ۲۰۰۵: ۱۵)، معانی ضمنی نام‌ها را می‌توان اندازه‌گیری کرد. این تحلیل از سه جنبه تشکیل می‌شود: ارزشی (خوب، بد)، کنشی (فعال، منفعل) و توانشی (قوی، ضعیف). جنبهٔ ارزشی، نشان‌گر نوع قضاوت مردم است. بنا به نظر لاوسون (تامانینی، ۲۰۰۵: ۱۵) وقتی فردی با نامی متعارف مواجه می‌شود، در ارزیابی خود مثبت است، و در مواجهه با نام‌های نامتعارف واکنش منفی از خود نشان می‌دهد.

1. Semantic Differential Analysis

محرابیان و والدز^۱ (۱۹۹۰: ۱۳۱۰)، در پژوهشی، این ابعاد را به صورت مطلوبیت^۲، جذابیت^۳ و ترجیح^۴ در نظر می‌گیرند و در نهایت نتیجه می‌گیرند که نام متعارف مطلوب‌تر و جذاب‌تر از نام غیرمتعارف است. او به عواقب احتمالی نام‌های متعارف بر شخصیت افراد، و به تحلیل معنایی متمایزکننده برای طبقه‌بندی معنای ضمنی نام‌ها می‌پردازد و چنین نتیجه‌گیری می‌کند که: نام بر شخصیت افراد تأثیر می‌گذارد و نام‌های مطلوب انسان‌ها را مطلوب‌تر می‌کنند، و نام‌های ناآشنا، اثرات نامطلوب، و در نتیجه خلق و خوی نامطلوب، به همراه دارند.

اما آیا این الگوی تحلیلی می‌تواند برای نام الکترونیکی هم کاربردی داشته باشد؟ می‌توان گفت که درباره نام الکترونیکی، چنین اثری قابل مشاهده نیست، چون فرد قادر به تغییر نشانی الکترونیکی خود و انتخاب نامی مطلوب است. در صورت اجبار نیز برای ایجاد یک نشانی الکترونیکی رسمی، می‌تواند از شگردهای دیگری همچون کوتاه‌سازی نام "واقعی"، و غیره استفاده کند. برای بررسی دقیق این مطلب باید رابطه وضعیت فرد و رفتار او را بررسی کرد. با بررسی شرایطی که باعث پیش‌بینی رفتار فرد، با توجه به وضعیت او می‌شود، این نتیجه حاصل می‌آید که محدودیت‌های هنجاری و متغیرهای موقعیتی و شخصیتی - فردی بر رابطه میان وضعیت و رفتار مؤثرند. وضعیت عبارت است از اعتماد به جایگاه اجتماعی، سازه‌های عاطفی شناختی، ثبات موقتی و غیره (تامانینی، ۲۰۰۵: ۲۵). به عقیده فازیو^۵ (۱۹۸۶: ۲۱۴)، وضعیت، یعنی رابطه میان اُبژه (دریافت) و ارزیابی آن، که از لحاظ شناختی، مبتنی بر ارزیابی مطلوبیت اُبژه است. چگونگی رفتار مردم، همان چگونگی دریافت آنان از وقایع است، پس وضعیت یک فرد بر رفتار او تأثیر می‌گذارد و رفتار نیز ناشی از دریافت است و معنای ضمنی نام‌ها می‌تواند به انتظاراتی منجر شود که در طی فرایند ارزیابی رخ می‌دهد.

بنا به پژوهش تامانینی (۲۰۰۵: ۹۹)، درباره تأثیر نام الکترونیکی بر امر کاریابی، نام الکترونیکی نیز در دنیای مدرن می‌تواند بر هویت فرد دلالت کند. بر طبق الگوی تامانینی که در زیر ارائه شده است، نام الکترونیکی می‌تواند نشان‌دهنده مشخصه‌های فردی باشد، و در نتیجه، به‌طور غیرمستقیم بر ارزیابی کارفرما در استخدام فرد تأثیر بگذارد.

1. Ph. Valdez
2. favorability
3. desirability
4. preference
5. R. H. Fazio

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

نام الکترونیکی ← مشخصه های فردی^۱ ← ارزیابی شغلی ← رفتار

نمودار ۱. تأثیر نام الکترونیکی بر کارایی (تامانینی، ۲۰۰۵: ۹۹)

اما به نظر نگارنده، تفاوت عمده، میان "نام واقعی" و نام مجازی، در اجباری و انتخابی بودن آن‌هاست. در اولی، دیگران نامی را بر فرد می‌نهند، که در خلال فرایند رشد، این نام در هویت‌سازی فرد دخیل است. برطبق الگوی ارائه‌شده از سوی محرابیان و والدز (۱۹۹۰: ۱۳۱۰)، که مطلوبیت، جذابیت و ترجیح را در نام‌های متعارف و غیرمتعارف بررسی می‌کند، به‌عنوان مثال، فردی که نامش "دختریس" باشد، معنای ضمنی این نام در طول دوران رشد بر شخصیت او تأثیر می‌گذارد و او را به فردی متفاوت از دیگران، از لحاظ رفتاری و حالات درونی تبدیل می‌کند. چراکه این نام حکایت از این دارد که: "چون همه فرزندان یک خانواده دختر متولد می‌شده‌اند، برای جلوگیری از این‌که فرزند بعدی دختر شود، نام دختریس برای نوزاد انتخاب شده است (حاجی‌زاده، ۱۳۸۰: ۷). اما کسی که نامش مریم باشد، معمولاً خود را یکی از افراد جامعه می‌داند، و نسبت به افرادی که از نام‌های نامعمول برخوردارند، زندگی عادی‌تر و مقبولیت اجتماعی بیشتری دارد. به عقیده نگارنده، برخلاف نظر تامانینی، در نام الکترونیکی، فرایند هویت‌سازی، یعنی تأثیر نام بر هویت، رخ نمی‌دهد، بلکه امکانات شناخت هویت فرد فراهم می‌شود. پس در نام الکترونیکی، مسئله شناختی است و نه هویتی. در نتیجه، نام الکترونیکی کارکرد متفاوتی نسبت به "نام واقعی" پیدا می‌کند و دیگر مانند آن بر مشخصه‌های فردی تأثیر نمی‌گذارد، بلکه این مشخصه‌های فردی است که بر انتخاب آن تأثیر می‌گذارد، پس نمودار شماره ۱، از نظر نگارنده، باید به صورت نمودار شماره ۲ بازنویسی شود:

مشخصه های فردی ← نام الکترونیکی ← ارزیابی شغلی ← رفتار

نمودار شماره ۲: تأثیر مشخصه‌های فردی بر نام الکترونیکی و رفتار

۴.۲. دلالت روان‌شناختی نام‌های مجازی

داشتن حالت‌های روان‌شناختی، مانند عقیده، آرزو و زاویه دید، برای مفهوم فردیت لازم‌اند، ولی کافی نیستند، چراکه یکی از تفاوت‌های انسان و غیر انسان در این است که انسان نسبت به عقاید،

1. attribute of a person

ترس‌ها و آرزوهای خود آگاهی دارد. البته غیر انسان‌ها نیز دارای این ویژگی‌ها هستند، اما داشتن آن‌ها را تشخیص نمی‌دهند. به گفتهٔ بیکر^۱ (۲۰۰۵: ۳۰-۲۹)، حیوان هم عقیده‌ای برای خود دارد، اما نمی‌داند که به‌عنوان یک "خود" دارای عقیده است. پس شرایط کافی برای فرد بودن، داشتن زاویهٔ دید اول‌شخص است. انسان می‌تواند بگوید که من فکر می‌کنم که فلان اتفاق خواهد افتاد. زاویهٔ دید اول‌شخص، پایهٔ همهٔ صورت‌های خودآگاه است، که زندگی درونی انسان‌ها و دنیای فکر را ممکن می‌سازد. به عقیدهٔ بیکر (همان)، زاویهٔ دید اول‌شخص با آموختن زبان نیز در ارتباط است. انسان نه‌تنها برای رسیدن به آرزوها فعالیت می‌کند، بلکه آن‌ها را ارزیابی هم می‌کند. و این مسئله، پدیده‌های نوی بسیاری مانند اعتراف، ساختن تصویر "خود" و خاطره را ممکن می‌سازد. پس به عقیدهٔ او، فردیت تنها در حالات روحی و یا داشتن زاویهٔ دید اول‌شخص نیست، بلکه فردیت یعنی دریافت (پذیرش) "خود" به‌عنوان کسی که دیدگاهی دارد. در فرایند ساختن نام الکترونیکی، می‌توان تصویری را که افراد از خود می‌سازند، مشاهده کرد. به‌عنوان مثال، نشانی الکترونیکی "علاءالدین"، در دلیل انتخاب این نام، به‌عنوان برجسب خود، می‌نویسد: «یک‌شب غول چراغ جادو خودش را به تو نشان می‌دهد و آرزو می‌کند که چند لحظهٔ دیگر هم زنده باشی تا طلب بخشش کنی. این تنها آرزویی است که غول چراغ جادو قادر به انجام آن نیست.»^۲

"فرد" و "خود"، دو توصیف از یک پدیده هستند، که اولی نگاه از بیرون، و دومی نگاه از درون است. مفهوم فرد، یعنی دریافت فرد به مثابه یک خود، و دریافت خود، به‌معنای دریافت یک شخص خاص است (فسر^۳ ۲۰۰۵: ۱۰۶). نام‌هایی که فرد برای خود انتخاب می‌کند، از لحاظ معنایی، می‌توانند حوزهٔ فکری، شغلی، علائق و آرزوهای او را نشان دهند. به‌عنوان مثال، تعدادی از نام‌های مجازی و یا پسوندهای به‌کاررفته در میان داده‌های موجود، به اسطوره‌های ایران باستان و واژه‌هایی مربوطاند که هویت ملی‌گرایانه و ایرانی را به‌نوعی مطرح می‌کنند. انتخاب نام‌هایی مانند /tnt/ /ir/ اهورا، سپنتارمذ، آریا، رای‌آوین، سپنتامینو و پرشیا^۴، و نیز پسوندهایی کنار نام‌ها مانند /tnt/ /ir/ که ۴/۷٪ از داده‌های مورد بررسی را تشکیل می‌دهند، با این‌گونه نگرش‌های فرهنگی و اجتماعی مرتبط هستند. به‌عنوان مثال، ساخت پیچیدهٔ نشانی الکترونیکی رای‌آوین، ترکیبی است از دو سازهٔ "رای" به‌معنای تدبیر- و در هندی به‌معنای سلطان - و نیز سازهٔ "آوین" به‌معنای عشق. برخی

1. L. R. Baker
2. www.alaeadin.blogfa.com
3. E. Feser

۴. باتوجه به پرسش‌نامه‌ای که افراد پر کرده بودند، نام‌ها مجازی هستند.

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

نشانی‌ها، اسم فیلم، آهنگ، شخصیت‌های مورد علاقه داستانی و حرفه یا شغل مورد علاقه فرد و غیره هستند، مانند ماهی سیاه کوچولو، سیب خورشید، مداد، نویسا، لورکا و غیره. برخی دیگر نیز از عناصر طبیعی (مانند خورشید، خدا، کسوف، پینه‌دوز، فرشته و غیره)، در ساخت نشانی الکترونیکی خود استفاده کرده‌اند. در روزگار کهن، بیشتر نام‌های هندوهای کشمیری، پس از نام خدایان و الهه‌ها می‌آمد. برخی نام‌ها بعد از نام اماکن، حیوانات و پرنده‌ها و نیز اشیای دنیای طبیعی، مانند خورشید، ماه، کوه، رودخانه و غیره ظاهر می‌شد. امروزه نیز چنین رسمی کم‌وبیش رایج است. یعنی، به‌غیر از نام رسمی، چنین نام رمزآلودی به فرد منتسب می‌شود (کول^۱، ۱۹۹۵: ۱).

بنابراین، تصویر فرد از خود، در دنیای مجازی، با تصویر آرمانی او در ارتباط است. اما در "نام واقعی"، تصویر فرد ممکن است چیزی باشد که فرد از آن می‌گریزد. در نام مجازی، فرد به آرمان‌های خود نزدیک می‌شود. اصالت آریایی (@aria_aria)، نیروی اهورایی سپنتا (@sepantarmaz)، گول جادویی علاء الدین (@alaeadin)، کسب اصالت به واسطه‌ی نام شازده (@shazdeh69)، شرابه نور (@sharabenoor) و غیره، نیروهایی هستند که فرد به کمک آن‌ها خود را تسکین می‌دهد، به خود تشخص می‌دهد و به‌گونه‌ای خود را بیان می‌کند. در نتیجه، به نظر می‌رسد که نام اشخاص به ساختار فرهنگی - اجتماعی جامعه باز می‌گردد و چنان‌که مشاهده شد، حضور این عناصر در نام‌های مجازی، نگرش او را "به خود" دربردارد. که این خود می‌تواند یک "خود کلان" و یا یک "خود فردی" باشد. آنچه مردم از یک نام انتظار دارند، قدرت موروثی واژه‌های یک نام است، که بازتاب‌دهنده زندگی مردم است، چه مثبت و چه منفی. جهان اجتماعی با کلمات و کلمات احتمالاً با جهان در هماهنگی قرار دارند. نشانه‌های زبانی، بنابراین باز نمودی از جهان هستند (دورانتی^۲، ۱۹۹۷: ۳۳۷). این نام‌های مجازی، همان نشانه‌های زبانی‌اند، و تفسیرهای اجتماعی - فرهنگی نام‌ها، بازنمایی جهان واقعی است. نظام نام‌گذاری نیز، به‌مانند جهان و مسائل فرهنگی، از پویایی برخوردار است.

1. O. N. Koul

2. A. Duranti

۳. توصیف داده‌ها

۳.۱. الگوهای نام الکترونیکی (مجازی)

ساخت نام مجازی نسبت به "نام واقعی" حوزه وسیع‌تری را شامل می‌شود و به‌غیر از نام، محل، حرفه و نام مستعار، می‌تواند شامل عدد، حروف، هر اَبژه (شیء) مورد علاقه، خط تیره، نقطه، کوتاه‌سازی و غیره باشد. به‌عنوان مثال، شغل (mechanic_tnt)، مکان (pedi_iran)، نام نیاکان (ahmadi) و نام مستعار (mastili_42)، گزینه‌های مشترک میان "نام واقعی" و مجازی هستند. نکته مهم تنها در معنای صریح نام نیست، بلکه گونه نگارش، کاربرد اعداد، ساخت‌های نحوی و صرفی، علائم سجاوندی و غیره، در تحلیل‌ها نقش مهمی برعهده دارند، که از آن جمله‌اند: عدد (a_hadi2002)، حروف (amb_145)، اَبژه مورد علاقه (tighmahi)، خط تیره (nevisa_online) و غیره که می‌توانند کارکرد محرک‌هایی برای ارزیابی معانی ضمنی را داشته باشند. این معانی ضمنی می‌توانند باعث ارزیابی مثبت و یا منفی درباره مشخصه‌های فرد شوند. به‌عنوان مثال، نام‌های الکترونیکی متعارف، بیش‌از نام‌های نامتعارف، ارزیابی مثبتی را برای فرد ایجاد می‌کنند، مثلاً نام الکترونیکی "مکانیک"، به‌نوعی بر ارتباط فرد با این رشته دلالت می‌کند، که می‌تواند حاکی از علاقه، رشته تحصیلی، شغل و در هر صورت، دال بر آن بخشی از هویت باشد که خود فرد مایل به عرضه آن است. همچنین، نام الکترونیکی "مستیلی" بر جنبه‌ای از کودکی و صمیمیت فرد اشاره می‌کند، جنبه‌ای که فرد مایل است از هویت خود در معرض ارتباط قرار دهد، و این همان جنبه‌ای است که در خانه او را مورد خطاب قرار می‌دهند، (گویا این فرد همچنان به آن جنبه‌ای از "خود" که از کودکی به‌همراهش بوده، علاقه‌مند است و در بزرگسالی خاطره آن را با ساختن این نشانی برای خود زنده نگه می‌دارد).

در بررسی نام‌های مجازی، این اعداد و حروف، خود به زیرمجموعه‌هایی تقسیم می‌شوند. به‌عنوان مثال، عدد می‌تواند نشان‌گر سال تولد، شماره شناسنامه، سال بازکردن نام الکترونیکی، سال تولد شخص مورد علاقه و غیره باشد. گاهی نیز با نام‌هایی به زبان‌های مختلف مواجه می‌شویم، که از لحاظ ارزش تقابلی میان زبان فارسی و دیگر زبان‌ها، نقش‌مند می‌شوند. مانند abbas-crow. این نوع نام‌های غیر فارسی در الگوی نام‌گذاری حدود ۱/۵٪ از نمونه‌ها را دربر می‌گیرند، و این خود شیوه‌ای برای ایجاد تمایز در بافت زبانی است. به‌عنوان مثال، نام الکترونیکی desiderio، که واژه‌ای به‌زبان ایتالیایی است، به‌معنای آرزو. این نام به‌گونه‌ای قصد نشان‌دار و

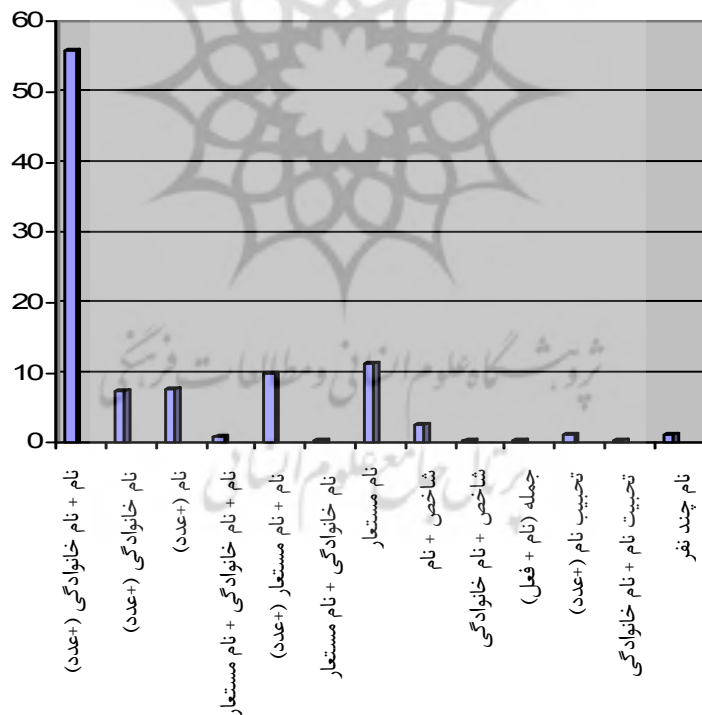
رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

متمایز کردن خود از دیگران را دارد. پس کوچک‌ترین سازه‌ای که در الگوهای نام‌گذاری به کار می‌رود، به‌گونه‌ای، اشاره به نگرش فرد نسبت به خود و جهان پیرامونش دارد. به‌عنوان بخشی از فرایند نام‌گذاری، و یا کاربرد آن، یک واژه با توصیف الگویی که به آن اشاره می‌کند، تعریف می‌شود. نام‌ها می‌توانند تعدادی نظام و یا الگو ایجاد کنند. الگوهایی، که برای نحوه نام‌گذاری الکترونیکی، از میان ۲۲۲ داده استخراج شده، به حدود ۱۳ دسته قابل تقسیم‌اند، که داده‌های نگارنده، طبق جدول شماره ۱، در این الگوها طبقه‌بندی می‌شوند و نمودار شماره ۳، درصد به‌کارگیری این الگوها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. درصد استفاده از الگوهای نام‌گذاری، در نمونه‌های مورد بررسی.

مثال	فراوانی	درصد	الگو	
afshinvahidishams alimoradi62	۱۲۴	٪۵۵/۹	نام + نام خانوادگی (+عدد)	۱
shoa14	۱۶	٪۷/۳	نام خانوادگی (+عدد)	۲
aliakbar	۱۷	٪۷/۶	نام (+عدد)	۳
mhaasia	۲	٪۰/۹	نام + نام خانوادگی + نام مستعار	۴
alislick00	۲۲	٪۹/۹	نام + نام مستعار (+عدد)	۵
adam_r1980	۱	٪۰/۴	نام خانوادگی + نام مستعار (+عدد)	۶
kussuf devil.and.guitars	۲۵	٪۱۱/۴	نام مستعار	۷
alicejune	۶	٪۲/۷	شاخص + نام	۸
seyyed_mohammadi	۱	٪۰/۴	شاخص + نام خانوادگی	۹
amirhastamm	۱	٪۰/۴	جمله (نام + فعل)	۱۰
baki52	۳	٪۱/۴	تحبیب نام (+عدد)	۱۱
Azifarahani	۱	٪۰/۴	تحبیب نام + نام خانوادگی (+عدد)	۱۲
Leiliramin	۳	٪۱/۳	نام چند نفر	۱۳
	۲۲۲	۱۰۰	جمع	

همان‌گونه که اشاره شد، نام‌ها نیز مانند جملات، دارای ساخت صرفی و نحوی هستند و سازه‌های صرفی تشکیل‌دهنده الگوهای ساختی (نام، نام خانوادگی، نام مستعار، عدد و شاخص)، مهم‌ترین عناصر ساخت‌واژی در پدیده انتخاب نام الکترونیکی محسوب می‌شوند، اما یکی از دلایل تنوع صورت‌های نام‌گذاری، می‌تواند تغییر ساخت نحوی باشد، که تنها حدود ۶/۷٪ بر ایجاد تنوع ساختی مؤثر بوده و عبارت است از الگویی که ساخت جمله‌وار دارد (مانند amirhastamm)، و یا فرایند قلب در آن رخ می‌دهد (sadeghi_ali). به‌عنوان مثال، با توجه به فراوانی ساخت "نام + نام خانوادگی" (۵۵/۹٪)، می‌توان آن را ساخت بی‌نشان تلقی کرد، و هرگونه جابه‌جایی سازه‌ای در این ساخت را نوعی وارونه‌سازی یا قلب نحوی (نام خانوادگی + نام) در نظر گرفت. دلیل دوم تنوع صورت‌های نام‌گذاری، به‌کارگیری گونه‌های متفاوت فرایندهای ساخت‌واژی است، که بیشترین درصد را در تنوع‌سازی به‌خود اختصاص می‌دهد و انواع مختلف آن عبارتند از کوتاه‌سازی (manoush_ir) ۲۲/۴٪، ترکیب (alicejune2001) ۷۵٪، سرنام‌سازی (amb_145) ۲۰/۲۷٪ و آمیزه‌سازی (arkap2000) ۱/۳٪.



نمودار ۳. نمایش درصد به‌کارگیری الگوها.

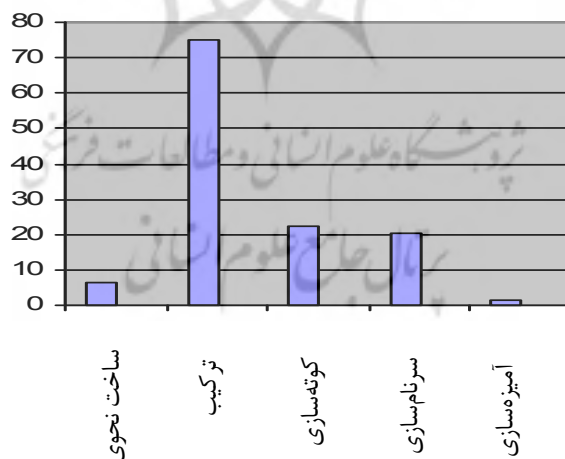
رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

به‌گفته شقاقی (۱۳۸۶: ۱۰۹)، فرایند آمیزه‌سازی، یعنی «تولید واژه جدید، که بخش‌هایی از دو واژه مختلف را باهم می‌آمیزد. معمولاً آمیزه‌سازی از قسمت آغازی یک واژه و بخش پایانی واژه‌های دیگر، واژه‌های نو می‌سازد». منظور از تغییر ساخت نحوی، جابه‌جایی در ساخت‌های بی‌نشانی است که در آن‌ها ترتیب قرارگیری سازه‌ها، برطبق بسامد ساختی، به‌صورت جدول ۲ در نظر گرفته شده است.

جدول ۲. درصد استفاده از فرایندهای زبانی.

مثال	درصد	نام فرایند	
amirhastamm@, amirinatasha@	٪۶/۷	ساخت نحوی	۱
alicejune2001@, akbarasadi2004@	٪۷۵	ترکیب	۲
mahkh845@, a_dad62@	٪۲۲/۴	کوتاه‌سازی	۳
abg121@, a.g.golshan@	٪۲۰/۲۷	سرنام‌سازی	۴
arkap2000@, sanmils@	٪۱/۳	آمیزه‌سازی	۵

تختلی از این الگوهای بی‌نشان، درصد اندکی را به‌خود اختصاص داده و به‌عنوان مثال، در الگوی نخست، درصد کمی از نشانی‌ها دچار قلب نحوی شده‌اند.



نمودار ۴. نمایش درصد وقوع فرایندها.

با توجه به درصدهای آماری به دست آمده، ساخت‌های بی‌نشان به ندرت برهم زده می‌شوند و هنجار دستوری ساخت گروه اسمی، در نشانی الکترونیکی، معمولاً از قالب‌های نحوی موجود فراروی نمی‌کند، و به واسطه فرایندهای ساخت‌واژی است که هویت مجازی فرد مطرح می‌شود. یعنی خلاقیت نحوی دخالتی در هویت‌بخشی ندارد، و تنها خلاقیت‌هایی مانند کوتاه‌سازی، ترکیب، آمیزه‌سازی و سرنام‌سازی است که در نحوه نمایش هویت فرد دخیل هستند. در مواردی که نام و نام خانوادگی، یکی به صورت کامل و دیگری با حرف آغازین، مشخص می‌شود، این الگو متعلق به موقعیت‌های رسمی است، و بسته به این که نام و یا نام خانوادگی به صورت کامل بیاید، نگرش‌های متفاوتی انتظار می‌رود. در داده‌های مورد بررسی، ۱۴/۶٪ از افراد، نام کوچک خود را با حرف اول آن مشخص کرده‌اند. این به نوعی نشان‌دهنده ردپایی از هویت فردی است، که قرار نیست برای همه مشخص باشد، و مسائلی همچون جنسیت نیز در پرده‌ای از ابهام قرار می‌گیرند (مانند ah_abdolkarimi یا HRG_IR). افرادی که از چنین ساخت‌هایی استفاده می‌کنند، تمایلی به معرفی صمیمانه خود ندارند و ترجیح می‌دهند تنها با افراد آشنا و یا در بافت‌های رسمی در تعامل با دیگران قرار بگیرند. ۷/۶٪ افراد نام خانوادگی خود را با حرف اول مشخص می‌کنند، تا ردپایی از اصالت و هویت خاندانی آن‌ها با رسمیت کمتری ثبت شود (مانند ali_z_2001ir). مطرح‌شدن نام خانوادگی برای این گروه اهمیتی ندارد و به شناخته‌شدن اهمیتی نمی‌دهند، ولی در عین حال، ارتباط آنان با هویت و اصالت همچنان به صورت نمادین برقرار است و از آن دل‌نکنده‌اند. ۴/۵٪ از افراد، نیمی از نام کوچک خود را ثبت کرده‌اند، در این نمونه‌ها باید گفت که شناخته‌شدن، اهمیت چندانی ندارد، چراکه فرد به مالکیت نام مجازی خود علاقه‌مند است و جنسیت (بخشی از هویت) در این نشانی‌ها پوشیده نیست. در واقع حضور فردیت در این نشانی‌ها پررنگ‌تر بوده، ولی کارکرد رسمی آن‌ها کمتر است (مانند sanmils).

در کل، برای بررسی نام‌های مجازی لازم است پس از تحلیل زبانی، وارد حوزه شناختی و بررسی فلسفی مفهوم "خود" بشویم. در واقع، بررسی نام الکترونیکی می‌تواند دال بر ارزیابی فرد از خود باشد، و نیز تصویری که برای خود می‌سازد.

۴. تحلیل داده‌ها

به باور پیشینیان، نام هرکس بر شخصیت او تأثیر می‌گذارد. آن‌ها نام‌هایی مانند رشید، بهزاد، مرضیه،... را انتخاب می‌کردند تا فرد از نام خود روش زندگی بیاموزد. روان‌شناسان، تحقیقات

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

بسیاری دربارهٔ تأثیر نام بر دارندهٔ آن انجام داده‌اند (آندرسون^۱، ۱۹۷۹: فصل ۱۰). براین اساس، مثلاً ممکن است هویت شخصی که نامش گداعلی است، از نظر روانی تحت تأثیر نامش قرار گیرد و گدایی جزئی از شخصیتش شود. مفهوم "خود" یکی از جنبه‌های مهم هویت است. کودکان در ابتدا این مفهوم را از پدر و مادر خود دریافت می‌کنند و بعدها از معلم، همکلاسی و دوستان خود. تصویری که در ذهن کودک از مفهوم "خود" ایجاد می‌شود، بر رفتار و زندگی او تأثیر می‌گذارد. نام شخص در فرایند ساختن مفهوم خود (هویت‌سازی) تأثیر می‌گذارد، چراکه به مشخص کردن پیام‌هایی که دیگران برای فرد می‌فرستند، کمک می‌کند. برخی نام‌ها در برخی فرهنگ‌ها مقبول‌ترند و با معانی مثبت پیوند دارند، و برخی حامل مفاهیم منفی هستند. در نتیجه، افراد پیوسته به صورت ناخودآگاه ولی مؤثر پیام‌های مثبت و منفی برای تصاویر مثبت و منفی خود می‌فرستند. بیشتر مواقع این پیام‌ها زیرکانه‌اند، اما گاهی آزار دهنده و تمسخرآمیزند و باعث خودآگاهی کودک نسبت به نام خود می‌شوند. ممکن است این کودکان برای برقراری ارتباط با دیگر کودکان میلی از خود نشان ندهند. برطبق بررسی‌های مورفی^۲ (۱۹۵۷: ۱۰۶-۱۰۰)، شخصی که نامش «Stankey» بود، به دلیل نزدیکی آوایی نامش با «Stinky»، در مدرسه مورد تمسخر بچه‌ها قرار می‌گرفت، و بعدها در جامعه نیز نام او به صورت نامطلوب دوم یعنی "بوگندو" تلفظ شد. چنین نام‌هایی به مرور بر تصویر فرد از "خود" تأثیر می‌گذارند و سرانجام این والدین هستند که به دلیل انتخاب‌های خود، از سوی فرد، مورد ملامت قرار می‌گیرند.

یکی از کاربردهای سنتی نام این است که نام پدر به همراه نام فرزند پسر می‌آمده است. همراه بودن نام پدر با پسر، به گونه‌ای، وابستگی هویتی ایجاد می‌کرده است، و عامل ایجاد احساس نیاز به داشتن نام مستقل، در افرادی با چنین نام‌هایی می‌شده است. یکی دیگر از الگوهای نام‌گذاری که نشان‌دهندهٔ هویت است، انتخاب نام مستعار است، که می‌تواند برای کسب اعتبار اجتماعی باشد. و این البته نوعی عدم اعتماد به نفس فرد و یا ترس از بی‌اصالتی را می‌رساند. طبق تحقیقات الیس^۳ و بیچلی^۴ (۱۹۵۴: ۳۳۹-۳۳۷)، دختران بیشتر از پسران، نام مستعار دریافت می‌کنند. دلیل آن جامعهٔ مردسالاری است که برای مردان نام‌های جدی‌تر و متعارف‌تری را می‌طلبد، که مناسب و درخور جایگاه اجتماعی جدی او باشد. اما زنان در جایگاه اجتماعی آن‌قدر

1. P. Anderson
2. W. Murphy
3. A. Ellis
4. M. Beechley

جدی تلقی نمی‌شوند که نام آن‌ها عاملی تعیین‌کننده باشد. نام‌های مستعار، پس‌ازمدتی عادی می‌شوند و یا تغییر می‌کنند، مثلاً وقتی بچه‌ای بزرگ شود، ممکن است دیگر نام مستعار کودکی خود را به کار نبرد. دیگر این‌که، در مدرسه، ممکن است افراد هم‌نام وجود داشته باشند، و در نتیجه، اشخاص با نام و نام خانوادگی شناخته شوند. و افرادی با نام‌های منحصر به فرد ممکن است، احساس بی‌همتایی کنند. به عقیده اسمیت (۱۹۹۷: ۳۲۹-۳۲۷)، نوع نام‌هایی که والدین برای فرد انتخاب می‌کنند، می‌تواند به‌طور غیرمستقیم، نشان‌دهنده نوع تفکر، شخصیت و چگونگی نگرش فرد نسبت به "خود" باشد، چرا که رفتارها و کنش‌های اجتماعی دیگران، بر ساخته شدن تصویر خود در ذهن فرد، تأثیر می‌گذارد.

به این صورت، با بررسی انتخاب نام‌های مجازی، و تعیین درصد الگوهای مختلف نام‌گذاری، می‌توان به نتایج جالب توجهی درباره هویت فردی و چگونگی نگرش فرد نسبت به "خود" دست یافت. این طبقه‌بندی تاحدی، الهام گرفته از طبقه‌بندی اسمیت (همان). درباره نام‌های واقعی است، که بازتاب‌دهنده سبک بیان نام‌ها، و ارتباط آن با نوع نگاه مردم به "خود" است. در این تحلیل، با توجه به چگونگی نوشته شدن هر نام مجازی، که توسط خود فرد انتخاب می‌شود، به دلالت‌های هویتی، یعنی ارتباط نام و هویت نائل می‌شویم. (لازم به ذکر است که موارد داخل پرانتز، مانند عدد، نشان‌دهنده اختیاری بودن یک سازه است. البته نباید فراموش کرد که نمی‌توان این الگوها را برای همه افراد با تفسیری ثابت تجویز کرد، چراکه اصولاً هرآنچه مربوط به درون آدمی باشد، تجویز پذیر نیست و می‌تواند استثنا داشته باشد.)

۱. نام + نام خانوادگی (+عدد) = $۵۵/۹$: نشان می‌دهد که فرد خواستار معرفی خود و شناخته شدن است. افرادی که در این الگو قرار می‌گیرند، در پرسش‌نامه، برای علت انتخاب نام خود، گزینه‌ای را انتخاب می‌کنند که گفته بود: مایلم با نام حقیقی‌ام شناخته شوم. این الگو نشان‌دهنده جدیت است و این‌که فرد نمی‌خواهد چیزی را پنهان کند. در واقع، فرد مایل به دیده شدن و رسمیت است. بیشتر کسانی که از نام و نام خانوادگی کامل خود استفاده کرده‌اند، دارای وب‌نوشت یا وبلاگ هستند. البته در این الگو، گونه رسمی‌تری هم وجود دارد، که در آن حرف اول نام کوچک به همراه نام خانوادگی می‌آید. این گونه بیشتر مورد استفاده کسانی است که در جامعه جایگاهی دانشگاهی و بسیار رسمی دارند.

۲. نام خانوادگی (+عدد) = $۷/۳$: به گفته اسمیت (همان)، نشان‌دهنده بلوغ فرد و نیز شخصیت محتاط و استوار او است. برطبق تقسیم‌بندی وبستر (پارکر، ۲۰۰۸) از "نام واقعی"،

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

هرجا نام خانوادگی به صورت کامل بیاید، دلالت دارد بر اهمیت دادن فرد به ریشه‌های خانوادگی و اصالت.

۳. نام (+عدد) = ۷/۶٪: به گفته اسمیت (همان)، نگارش اسم به تنهایی دلالت بر سادگی و عدم رسمیت دارد، بازتاب‌دهنده وضعیتی بی‌تکلف و گرایش به عامی بودن و ایجاد صمیمیت است.

۴. نام + نام خانوادگی + نام مستعار = ۰/۹٪: بر طبق پاسخ‌های پرسش‌نامه، این الگو تحت جبر انتخاب نام ایجاد شده است. در هنگام ثبت نام، فرد با نام مشابه دیگری مواجه شده، ولی به دلیل حس مالکیت نسبت به نام خود، با افزودن یک پسوند یا لقب، هویت واقعی و کارکرد آن را حفظ می‌کند. مثال این الگو در جدول ۱ آورده شده است.

۵. نام + نام مستعار (+عدد) = ۹/۹٪: این نوع نام‌گذاری اغلب برای جوانان مطلوب است. این نام‌ها غالباً نام‌هایی موقتی و متعلق به برهه خاصی از زمان هستند، مثل علی جیگر، امیر سگ مرام، بابک اسپیناس، ...

۶. نام خانوادگی + نام مستعار (+عدد) = ۰/۴٪: در این الگو فرد میان آنچه که هست و آنچه که می‌خواهد باشد، آشتی برقرار می‌کند و ترکیبی از آرزو و هویت فردی به دست می‌دهد. البته تعداد معدودی که از این الگو استفاده کرده‌اند، صرفاً حرف اول نام خانوادگی را در کنار نام مطلوب خود قرار داده‌اند، مانند adam_r1980.

۷. نام مستعار = ۱۱/۴٪: این الگو باعث ایجاد سردرگمی و ابهام جنسیتی می‌شود. فرد از نام به‌عنوان یک نظام گفتمانی استفاده می‌کند و افکار خود را به دیگران اعلام می‌کند. درصدی از افرادی که از این الگو استفاده کرده‌اند، دارای حرفه و یا شغل هنری بوده و نشانی الکترونیکی خود را وسیله‌ای برای ایجاد تمایز و بیان اندیشه و علایق خود تلقی کرده‌اند. افراد این الگو، در پرسش‌نامه برای علت انتخاب نام خود، گزینه‌های زیر را انتخاب کرده‌اند: الف) این نام مربوط به علایق خاص و حرفه‌ای‌ام است و باعث تشخیص‌ام می‌شود. ب) آرزوهای دست‌نیافت‌آم را در این نام تسکین می‌دهم. ج) دوست داشتم "نام واقعی"ام را خودم می‌توانستم انتخاب کنم. د) احساس می‌کنم با این نام افکارم را به دیگران انتقال داده‌ام. چنان‌که بیشتر اشاره شد (ر. ک. دلالت‌های روان‌شناختی نام‌های مجازی)، فردیت تنها در حالات روحی و یا داشتن زاویه دید اول‌شخص نیست، بلکه فردیت یعنی دریافت خود به‌عنوان کسی که دیدگاهی دارد، و این الگو قادر به ارائه دیدگاه فرد است (بیکر، ۲۰۰۵: ۳۰-۲۹).

۸. **شاخص + نام** = $۲/۷$: فرد شیوه نگاه دیگران بر خود را می‌پسندد و همان را برای اعتبار مجازی خود حفظ می‌کند. مثلاً امیرخان، عمو بهنام و غیره، که البته این الگو از بسامد بسیار پائینی برخوردار است.

۹. **شاخص + نام خانوادگی** = $۰/۴$: در این الگو فرد به اصالت به‌عنوان مقوله‌ای هویت‌بخش نگاه می‌کند و شاخص معمولاً افزوده‌ای شناسنامه‌ای است که به اصالت بیشتر تأکید می‌کند، مانند سید محمدی.

۱۰. **جمله (نام + فعل)** = $۰/۴$: این الگو به‌نوعی بر بازیگوشی دارنده خود دلالت دارد و این که نام برای او یک نظام گفتمانی است، همچنین خلاقیت فرد را نشان می‌دهد. این الگو نیز بسامد بسیار پائینی دارد و همچنین در محیط‌های کاملاً غیر رسمی و برای مدت کوتاه مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۱۱. **تحبیب نام (+ عدد)** = $۱/۴$: افرادی که از این الگو استفاده می‌کنند، بافت اجتماعی را به بافت خانواده شبیه‌سازی می‌کنند، و به حضور بار عاطفی خانواده در اجتماع (تحبیب) اهمیت می‌دهند. مانند مستیلی، بکی، موزی و غیره.

۱۲. **تحبیب نام + نام خانوادگی (+ عدد)** = $۰/۴$: به‌نظر می‌رسد اصالت و هویت دنیای واقعی در این الگو نقش پررنگی داشته باشد و کوتاه‌سازی نام کوچک، به‌دلیل محدودیت انتخاب و یا هر عامل دیگری که مورد نظر فرد نبوده، رخ داده باشد. که البته جنبه تحبیبی نیز پیدا کرده است، مانند آزی فراهانی.

۱۳. **نام چند نفر (نام + نام)** = $۱/۳$: افرادی که از این الگو استفاده می‌کنند، به مشارکت و همراهی نظام قبیله‌ای، سنتی و یا گروهی اهمیت می‌دهند و این الگو را دارای بار عاطفی ویژه‌ای می‌دانند. مانند bahar_far, amb, leiliramin و غیره، که برخی حرف اول نام چند نفر و یا نام چند نفر در کنار هم هستند.

باتوجه به درصدهای موجود، می‌توان به این نتیجه رسید که حدود ۶۰٪ افراد از "نام واقعی" خود استفاده می‌کنند، ولی تنها ۲۴٪ از نشانی‌های الکترونیکی دقیقاً نام و نام خانوادگی کامل فرد را دربر دارند. گونه‌های متنوع با استفاده از فرایندهای ساخت‌واژی، مانند آمیزه‌سازی و سرنام‌سازی و یا ترکیب، ساخته می‌شوند، که در آن‌ها صورت اختصاری و یا حرف اول نام فرد، به‌صورت نمادین خود، به‌نوعی هویت فرد را به‌طورنسبی پنهان می‌کند. درواقع تمهیدات

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

ناخودآگاهی، که برای پنهان کردن هویت فرد به کار می‌رود و کارکرد "نام واقعی" را تغییر می‌دهند، طبق جدول شماره ۳ از این قرارند:

جدول ۳. درصد استفاده از شگرد پنهان‌سازی هویت.

شگردهای پنهان‌سازی	درصد	توضیح
۱ بخشی از نام	۴/۶٪	مطرح شدن جنسیت، بخشی از هویت، عدم رسمیت
۲ اول نام	۱۱/۱۷٪	ردپایی از اهمیت به اصالت
۳ عدد	۱۶/۴٪	در "نام واقعی" بخش سنی هویت پنهان است، که در نام الکترونیکی نقش‌مند می‌شود.
۴ نام مستعار	۲۱/۵٪	بیان فردی و یک نظام گفتمانی
۵ ترکیب با سازه دیگر	۵/۷٪	ترکیب نام با پسوندها یا پیشوندهایی، که از نام هویت‌زدایی کرده و یا هویتش را تغییر می‌دهد.
۶ قلب	۶/۳٪	عدم اهمیت ترتیب سلسله‌مراتبی هویت و اصالت
۷ تحبیب نام	۱/۷٪	هویتی که دیگران به فرد می‌دهند، مطلوب تلقی می‌شود.
۸ ترکیب دو یا چند نام	۰/۴٪	استفاده از نظام قبیله‌ای، در نام‌گذاری، به شیوه‌ای که از نام چند نفر استفاده شده باشد.

۵. نتیجه‌گیری

در حقیقت "نام" بخش مهمی از فرهنگ مردم است، که با زندگی روزمره به شدت گره خورده است. انتخاب نام برای مردمی که آن را دریافت می‌کنند و جامعه‌ای که افراد در آن نام‌گذاری می‌شوند، اهمیت دارد. ورود به دنیای مجازی، امکان انتخاب مجدد نام را به افراد می‌دهد و به همین دلیل فرد قادر به بیان خود به واسطه نامی خواهد بود که برای خود انتخاب می‌کند. کارکرد نام در دنیای واقعی و مجازی متفاوت است، چنان‌که در نام‌های واقعی، نام به دلیل ملازمت در زمانی با فرد (لاینز، ۱۹۷۷: ۲۲۲)، بر هویت او تأثیر می‌گذارد، ولی در نام‌های مجازی، بر طبق نمودار شماره ۲، فرد خواسته‌های خود را به واسطه نام مطرح می‌کند، و در واقع این فرد است که بر نام خود تأثیر می‌گذارد و به ارزیابی دیگران از فردیت خود کمک می‌کند. نظام گفتمانی "نام واقعی"، ارجاعی است، اما نام مجازی نظامی دلالتی دارد (ر.ک. دلالت‌های روان‌شناختی نام مجازی)، و از خلال نام‌های انتخابی می‌توان به چهره فرد در ذهن خود و جهان ساخته او پی برد. مفهوم خود و چگونگی نگرش به آن در مسئله نام‌گذاری قابل بررسی است و از الگوهای نام‌گذاری

عنوان‌شده در بخش‌های پیشین، می‌توان به مورد انواع مختلفی که افراد به خود نگاه می‌کنند، اشاره کرد. از ویژگی‌های نام‌های مستعار مجازی، کوتاه‌مدت بودن آن‌هاست، چراکه با هویت فردی انسان در تعامل است و هویت فردی نیز مقوله‌ای است که همچون جهان و زبان در جریان تغییر قرار دارد، پس نام نیز از این امر مستثنا نمی‌شود و همراه با تغییرات جهانی، از کهنگی پرهیز کرده و دائم رداى نو به‌تن می‌کند. به‌نظر می‌رسد نام‌های مجازی که برخی نیز همان نام‌های واقعی افراد هستند، کارکردهای گفتمانی متفاوتی را به‌همراه داشته باشند. نام‌هایی که حامل هویت واقعی فرد هستند، متعلق به محیط‌های رسمی و حاکی از جدیت هستند. اما صورت‌های دیگری که در پی ایجاد تمایز نیستند، در هماهنگی و وحدت با بافت مجازی (ر.ک. نام مجازی و دلالت‌های آن) ساخته می‌شوند و به دریافت بخش‌های شناختی هویت انسان کمک می‌کنند. در واقع نام مجازی حامل هویت فردی و اجتماعی کاربران خود است. هویتی که مربوط به حوزه خودآگاه آنان است. کارکردهای متفاوتی از لحاظ فرهنگی- اجتماعی برای این نام‌ها وجود دارند. برخی از نام‌های مجازی، در عین‌این‌که حامل هویت (نام کوچک)، اصالت (نام خانوادگی)، نسل (عدد) و غیره هستند، از تمایل افراد برای پنهان کردن هویت، به‌منظور داشتن آزادی بیشتر، حکایت می‌کنند. اما این آزادی همچنان به محدوده فرد مربوط می‌شود و به‌واسطه نام اختصاری، هویت یا اصالت همراه است. پس فرد برای دیگران پنهان می‌شود، اما برای خود همچنان حضور دارد و ردپای سازه‌های نام‌گذاری و بیان فردی در نظام گفتمانی او وجود دارد. این زمینه نیاز به بررسی‌های بیشتر دارد. امید است که با گسترش حوزه تحقیقاتی و روشن شدن اهمیت هویت مجازی نام، که نوعی تناقض در خود دارد، بتوان تحقیقات عمیق‌تری در این زمینه انجام داد.

منابع

- ایمانی، منیژه. (۱۳۶۵). نام‌گذاری در ایران: نام افراد و نام جاها (براساس بررسی اجمالی بروی شهر تهران و ساکنان آن در سده اخیر). پایان‌نامه دکتری زبان‌شناسی، دانشگاه تهران.
- دوسوسور، فردیناند. (۱۹۸۳). دوره زبان‌شناسی عمومی. ترجمه کوروش صفوی. تهران: هرمس.
- حاجی‌زاده، محمد. (۱۳۸۰). فرهنگ جامع نام‌های ایرانی. تهران: دریاچه.
- شقایقی، ویدا. (۱۳۸۶). مبانی صرف. تهران: سمت.
- معین، محمد. (۱۳۷۵). فرهنگ معین. تهران: امیرکبیر. (۴: ۴۶۱۲)،

رویکرد زبان‌شناختی به نشانی الکترونیکی

- Algeo, J. (1992). "Onomastics". *The Oxford Companion to the English Language*. Oxford: Oxford University Press, 727-729.
- Anderson, P. (1979). *The Name Game*. New York: Jove.
- Baker, L.R. (2005). *When does a person begin?_Social Philosophy and Policy*, Volume 22, Issue 2 , 25-48.
- Duranti, A. (1997). *Linguistic Anthropology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ellis, A. & M. Beechley. (1954). "Emotional Disturbance in Children with Peculiar Given Names". *Journal of Genetic Psychology*, 85, 337-339.
- Fazio, R. H. (1986). *How do Attitudes Guide Behavior? Handbook of motivation and cognition*, vol. (1). New York: Guilford Press.
- Feser, E. (2005). *Personal Identity and Self-ownership. Personal Identity*, Cambridge: Cambridge University Press, 100-125.
- Garwood, G. (1976) "First-name Stereotypes as a Factor in Self-concept and School Achievement. *Journal of Educational Psychology* 68: 482-487.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. California: Stanford University Press.
- Harari, H. & J. W. McDavid. (1973). "Name stereotypes and teacher's Expectation". *Journal of Educational Psychology*, 65, 222-225.
- Harper, D. (2001). *Etymology Online Dictionary*. <http://www.etymonline.com>: (2007/4/22).
- Hawkes, E. W. (1916). *The Labrador Eskimo*. Geological Survey, 91, 112.
- Koul, O. N. (1995). *"Personal Names in Kashmiri". Sociolinguistics: South Asian Perspectives*. New Delhi: Creative Books.
- Kripke, S. (1980). *Naming and Necessity*. Cambridge: Harvard University Press.
- Lawson, E. D. (1971). "Semantic differential Analysis of men's first names". *The Journal of Psychology*, 78. 229-240.
- Lyons, J. (1977). *Semantics*. Cambridge and New York: Cambridge University Press.
- Mehrabian, A. & Ph .Valdez. (1990). *Basic name connotations and related sex stereotyping*. Psychological report, 1309-1310.
- Murphy, W. F. (1957). *A Note on the Significance of Names*. *Psychoanalytical Quarterly*, 26: 91-106.
- Russell, B. (1905). *On Denoting*. <http://cscs.umich.edu/~crshalizi/Russell/denoting>: (2007/5/4).
- Rymes, B. (1996). "Naming as social practice. The Case of Little Creeper from Diamond Street". *Language in Society*, 25, 237-260.
- (1997). *American Surnames*. New York: Genealogical Publishing Company.
- Strunk, O. J. (1958). "Attitudes Toward One's Name and One's Self". *Journal of Individual Psychology*, 14, 64-67.
- Tamanini, K. B. (2005). *The Perception of Electronic Mail Names and How Those perceptions Affect a Job-Related Evaluation Process*. M.A thesis, The Faculty of the College of Arts and Sciences, Ohio University.

Parker, M. (2008). *Websters online dictionary*.

<http://www.websters-online-dictionary.org/definition/name>: (2007/2/15).

Zawawi, S. M. (1993). *What's in a Name Unaitwaje? A Swahili book of Names*.
Trenton: Africa World Press, Inc.

