



دو فصلنامه اختصاصی مطالعات فرهنگی «خط‌مشی‌گذاری در فرهنگ»

سال دوم، شماره دوم، پیاپی ۲، بهار و تابستان ۱۴۰۴

صص ۲۰۴-۱۸۳؛ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۱۳؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۲۶

تأثیر تحولات اجتماعی و فرهنگی بر تغییرات نام‌ها

امیرحسین شاکری^۱؛ آیدین مهدوی پور وحدتی^۲؛ محسن ملک محمد^۳

چکیده

در دنیای امروز، تغییرات سریع در نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای اجتماعی بسیار ملموس است، یکی از عرصه‌هایی مهم تغییرات فرهنگی تغییر نام‌ها می‌باشد. هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر تحولات اجتماعی و فرهنگی بر تغییرات نام‌ها است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی پیمایشی است جامعه پژوهش شامل متخصصان فعال مسائل فرهنگی در شهر تهران می‌باشد. حجم نمونه از براساس فرمول کوکران ۳۸۴ نفر در نظر گرفته و با روش تصادفی ساده توزیع گردید. جهت گردآوری داده‌های اولیه از روش میدانی استفاده شد و ابزار جمع‌آوری داده‌های تحقیق، در فاز کیفی جهت شناسایی متغیرهای تحقیق از طریق مصاحبه و در فاز کمی پرسشنامه می‌باشد. اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوا و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه گردیده که برابر با ۰/۹۱۷ می‌باشد نتایج تحقیق نشان داد پنج متغیر شامل: ارزش‌های دینی و مذهبی، هویت ملی و ایرانی، پایگاه اجتماعی، قانون و همچنین کارکرد اجتماعی و فرهنگی بر تغییر نام تأثیر بیشتری نسبت به سایر عوامل داشته، همچنین نتایج نشان داد از بین عوامل فوق کارکرد اجتماعی و

۱. گروه مدیریت برنامه ریزی فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Ashakery72@gmail.com

۲ - گروه مدیریت برنامه ریزی فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳ - گروه مدیریت برنامه ریزی فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران



فرهنگی و همچنین هویت ملی و ایرانی دارای بیشترین تأثیر بر تغییر نام‌ها داشته‌اند، همچنین ارزش‌های دینی و مذهبی در رتبه سوم قرار گرفت.

کلیدواژه‌ها: نام‌ها، نام‌گزینی، تحولات اجتماعی و فرهنگی

۱. مقدمه

در جهان امروز همه چیز با شتاب در حال دگرگونی است، جامعه نیز به مثابه تاریخ دائماً در حال حرکت است، خود را دگرگون می‌کند و پیوسته در حال دگرگون ساختن محیط و سایر جوامعی است که با آنها در ارتباط است. نظام‌های فرهنگی نیز مانند پدیده‌های دیگر دستخوش تغییر هستند به عبارت دیگر هر نظام فرهنگی دارای ماهیتی پویا است. اینگلهارت می‌گوید فرایند مدرنیته و تجددگرایی، جهان سنتی را که در آن زندگی معنایی روشن دارد متلاشی می‌کند، حوزه فرهنگ عمومی رفته رفته از ارزشهای جمع‌گرایانه تهی می‌شود و ارزشهای فردگرایانه جانشین آنها می‌شود. اینگلهارت می‌گوید: بن‌مایه نوسازی و تجددگرایی که بیشتر فرهنگی می‌باشد، گذار از اقتدار سنتی و عموماً مذهبی به سمت اقتدار عقلای و قانونی بوده همراه با این تغییر اعتبار و کارکردهای اقتصادی اجتماعی نهادهای اصلی سنتی و خانواده و ضرورت و نقش خانواده نسبت به روزگاران گذشته کمتر شده است. (نجاتی حسینی و همکاران، ۱۳۸۸)

در ایران زندگی فرهنگی بیش از سایر دیگر حوزه‌های زندگی اجتماعی دچار تغییر و دگرگونی شده است. چنین تحولاتی ناشی از گرایش به سمت نوگرایی و تجددگرایی است و به نوعی تغییرات و تحولاتی که در غرب تحت عنوان مدرنیته و جهانی شدن اتفاق افتاده پیامدهایی را از طریق اطلاعات و ارتباطات بر سایر نقاط جهان داشته، بر جا گذاشته است و از آنجایی که ریشه‌ای و درونی نبوده جوامع را با بحرانهای جدیدی مواجه ساخته که جامعه امروز ما از این امر مستثنی نیست. بحرانی که تغییرات و تحولاتی را در ارزشها و نگرشها و باورهای مردم در جهان بوجود آورده است. بدون تردید شروع این تغییرات در هر جامعه‌ای همراه با چالش‌ها و مقاومت‌ها و دل‌نگرانیهایی بوده است که مسائل و مشکلاتی را فراهم خواهد آورد که مهم‌ترین آن، تحولات و دگرگونیهای فراوانی است که به مرور در همه نهادهای اجتماعی از جمله نهاد خانواده ببار آورده است. به نحوی که به نظر می‌رسد که نشانه‌های جدی از هم‌پاشیدگی این کانون دیرپای اجتماعات انسانی ظاهراً شده است. ظهوری که در تند باد مدرنیته قرار گرفته و به نوعی سرمایه فرهنگی این نهاد دیرینه را دستخوش تحول و در پاره‌ای از موارد زوال کرده است. (دی و همکاران، ۱۳۹۸)

۲. ادبیات تحقیق

۲-۱. نام‌گزینی

نام و نام‌گزینی بر خلاف ظاهر فقط یک انتخاب نیست، بلکه مجموعه وسیعی از معانی در آن نهفته است که می‌تواند بازتاب دهنده وضعیت جامعه باشد. در واقع عوامل گسترده‌ای از معانی و مفاهیم پنهان، در انتخاب نام وجود دارند. فلورنسکی در مقاله‌ای نشان داده که معانی بعضی از نامها با وقایع تاریخی پیوند یافته و می‌تواند احساس و هیجان همبسته با این وقایع را برانگیزاند. اشخاصی که دارای چنین نامهایی هستند، اغلب نمادی قوی برای نهضت‌های اجتماعی به حساب می‌آیند. (دانش و قربانی، ۱۳۹۶).

بحث نام و نام‌گزینی از جنبه‌های گوناگون مورد مطالعه و بررسی واقع شده است، و علومی هم چون زبان‌شناسی، نام‌شناسی، قوم‌شناسی، معناشناسی، روان‌شناسی، ریشه‌شناسی، جامعه‌شناسی،... هرکدام از دیدگاه خاص خود در مورد نام و نام‌گذاری پژوهش و مطالعه انجام داده‌اند و کارکردهای مختلفی از فرآیند "نامیدن" را توضیح داده‌اند. برای هر چیزی که در این جهان هستی وجود دارد، یک هویت منحصر به فرد وجود دارد. نام‌ها می‌توانند یک طبقه، دسته‌ای از چیزها یا یک چیز واحد را در یک زمینه، به طور منحصر فرد مشخص کنند. هم چنین می‌توانند به معنای کلمه یا ترکیبی از کلمات باشند که به وسیله آن شخص مورد خطاب قرار گرفته است یا نامیده می‌شود. این بدان معناست که یک شخص، چیز، جسم یا طبقه با نامی که دارد شناخته و معرفی می‌شود. (همان منبع)

نامگذاری یک فرآیند ضروری و عملی فرهنگی - جهانی است که افراد از آن برای شناسایی آنچه که در اطراف آنها قرار داد و آنها را احاطه کرده‌اند به عنوان یک راه ارتباطی در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرند. کلمه "نام" به عنوان "کلمه یا گروهی از کلمات که موجودیت خاصی را اعم از واقعی یا ساختگی نشان می‌دهد" تعریف شده است. (رافع شیخی، ۱۳۹۱)

تعریف کلمه "نام" در فرهنگ لغت آکسفورد عبارت است از "کلمه یا مجموعه‌ای از کلمات که توسط آن شخص یا چیزی شناخته می‌شود، مورد خطاب قرار می‌گیرد یا به آن ارجاع می‌شود". هر چیزی که در اطراف بشر وجود دارد باید با نامگذاری مناسب شناسایی شود تا بتوان بین آنها تمایز قائل شد. (فرهنگ آکسفورد)

از اینرو مطالعه جامعه‌شناختی انتخاب نام و نام‌گزینی حایز اهمیت است. چون با شنیدن نام یک شخص می‌توان ملاک‌ها و ارزش‌های که والدین آن فرد در هنگام انتخاب نام داشته‌اند را حدس



زد. بنابراین نامگذاری جهت افراد از جمله عوامل مهم فرهنگی است که میتوان ادعا نمود در تمامی عرصه های زندگی اجتماعی فرد یا افراد جامعه مؤثر است.

۲-۲. اهمیت نام و نام‌گزینی

بدون شک اولین نماد فرهنگی که با فرد پس از تولدش همراه می‌شود و معمولاً تا پایان عمر نیز همراه اوست، نامی است که پدر و مادر بر وی می‌نهند و دیگران او را بدین نام می‌خوانند. گفته شده است که نام گذاری روی افراد به دوران های اولیه ی زندگی بشر بر می‌گردد و تحقیقات تاریخی و انسان شناختی برای یافتن مردم فاقد نام به شکست انجامیده است. شاید به دلیل همین عمومی بودن و همراهی همیشگی است که توجه به آن کمتر است و تنها در مواقعی که تغییرات قابل توجهی در آن ایجاد می‌شود، توجه پژوهشگران را معطوف به خود می‌نماید. نام گذاری فرزندان یکی از عام ترین فعالیت های انسانی است که دارای اهمیتی بسیار است. نام ها ظرفیت این را دارند که ارزش های اجتماعی موجود در یک فرهنگ را آشکار سازند. نوع اسامی و چگونگی فرایند نام گذاری، تابع مجموع تحولات سیاسی، اجتماعی و فرهنگی یک جامعه است. (دانش و قربانی، ۱۳۹۶).

از اهمیت فرهنگی نام نباید غافل بود، به ویژه پس از هر تحول جدی فرهنگی در یک جامعه از اولین عرصه هایی که تغییرات چشم گیری در آن رخ می‌دهد، نام کودکان است. تحولات چند دهه‌ای اخیر ایران در عرصه ی فرهنگ نیز منعکس شده است و از آن جا که نام گذاری ارتباط نزدیکی با مسئله ی فرهنگ دارد، بخشی از تغییرات فرهنگی در نام گذاری کودکان خود را نشان داده است. بدین لحاظ عوامل مؤثر بر نام گذاری و شناخت تحولات نام گذاری یکی از منابع مفید و قابل اطمینان برای شناخت فرهنگ و تحولات فرهنگی است و از طریق آن می‌توان سمت و سو و نیز شدت تغییرات را به نظاره نشست. بنابراین اگر وجه ممیزه انسان و غیر آن را در وجود فرهنگ بدانیم و یکی از ارکان فرهنگ را نماد و پیشرفته ترین نظام نمادین را ارتباط گفتاری و نوشتاری بدانیم، در این صورت نام و تغییرات آن می‌تواند منبع مناسب تمایز و تغییرات فرهنگ ها باشد. (همان)

نام را نمی‌توان صرفاً یک واژه تلقی نمود بلکه نوعی بیان اندیشه و تفکر که نمایانگر مظاهر فرهنگی و دینی جامعه محسوب می‌شود و در سطح محدودتر نگرش زمانی، نژادی و قومی یک ملت را می‌رساند. انتخاب نام غالباً دستخوش عوامل سیاسی و اجتماعی و دینی در طول قرون و اعصار بوده و در هر برهه از زمان تابع فرهنگ حاکم بر جامعه بوده است. عامل دیگری که در انتخاب نام مؤثر است ارتقاء سطح دانش و بینش مردم بوده و در این میان شهرنشینی تاثیرات مربوطه را شدت بخشیده



است. در میان اقلیت‌های مذهبی نیز در نامگذاری تأثیرات خود را داشته است که بیشتر تابع فرهنگ و مذهب زبان آنهاست. (زندى، ۱۴۰۰)

به بیان دیگر نام‌ها یکی از نخستین عرصه‌هایی هستند که مطابق تغییرات سیاسی و اجتماعی جوامع تحول می‌یابند و به همین دلیل از نام‌گذاری به مثابه کنش معنادار و عملی فرهنگی و اجتماعی می‌توان یاد کرد؛ به گونه‌ای که با بررسی نام‌ها و تغییرات آن در سطح یک جامعه می‌توان به گرایش‌های جمعی موجود در آن جمع پی برد به عبارت دیگر، بر اساس تغییرات موجود در روند نام‌گذاری و تحول نام‌ها می‌توان در مورد تحول و تغییر آن جامعه به مثابه تحول یک حوزه فرهنگی خاص یا شاخصی برای تحولات فرهنگی فراگیر قضاوت کرد؛ قضاوت بر اساس تحول نام‌گذاری در طی نسل‌ها و دوره‌های زمانی کوتاه مدت و بلند مدت و نیز قضاوت در خصوص تفاوت نام‌های انتخاب شده در گروه‌ها و طبقات مختلف به زبان دیگر، روند تغییر و تحول نام‌های افراد می‌تواند نشان دهنده فرآیند تغییرات اجتماعی و فرهنگی در نظام اجتماعی باشد. (طیب و علی نژاد، ۱۳۸۲)

از مطالعه اسامی افراد در یک جامعه می‌توان نگرش غالب در یک جامعه را تعیین کرد. جهت بینش‌ها و ارزش‌ها را در جامعه مشخص ساخت و تا حدودی تحولات سیاسی اجتماعی گذشته را بازسازی نمود. همچنین از روی اسامی می‌توان حضور و فعالیت قومیتی خاص در کشوری مشخص را بررسی کرد. به نظر می‌رسد آنچه در نام‌شناسی فراموش می‌شود توجه به تاریخ و عصر نام‌گذاری و باورها و رخدادهای معاصر آن است. با دخیل دانستن این موضوع مهم می‌توان به شاخص‌های ارزشی نام‌گذاری نیز پی برد و متوجه شد که، نام‌ها هر چند طی زمان دچار دگردیسی و تغییر می‌شوند اما هیچ‌گاه از معنا نهی نمی‌گردند به زبان دیگر در هیچ جامعه‌ای هیچ نامی بدون تفکر و بی هدف انتخاب نمی‌شود. (عسکری کرمانی، ۱۳۸۱)

نام‌گذاری فرزندان از قدیم الایام با الهام گرفتن از فضای طبیعی، رخدادهای تاریخی و اجتماعی و مذهبی بوده است که اهم موضوعات به شرح ذیل دسته‌بندی می‌گردد: ۱- اسامی برگرفته از کتب مانند مجید، کریم و عبدالله ۲- اسامی ائمه اطهار و پیامبران الهی مانند یونس، یوسف و محمد و رضا و ... ۳- اسامی برگرفته از وقایع تاریخی و اجتماعی مانند اسکندر و چنگیز ۴- نامهای فرزندگان، فرهیختگان، دانشمندان، امیران، پادشاهان، اسطوره‌های ملی مانند ابوالقاسم، سعید، مبارک، سینا، کوروش، رستم، سهراب، نادر، سیاوش و گرشاسب ۵- نام‌های برگرفته از ادبیات ملی و کتاب‌هایی از قبیل شاهنامه و گلستان مانند حافظ و فردوسی ۶- اسامی جمادات و اشیاء بدخشان و مروارید و طلا و غیره ۷- اسامی نباتات علی‌الخصوص اسامی گل‌های نسترن و سوسن و سنبل و نسرين و نرگس ۸-



اسامی پرندگان و حیوانات مانند فرهاد (بز کوهی) و پرستو و شیرافکن و طوطیا ۹- نام های اعضای بدن انسان مانند مژگان ۱۰- نام های ستارگان و سیارات و کره زمین: ماهرخ، پروین، سپهر و ماهرو ۱۱- زمان ها و ایام مانند: زمان، سحر، جمعه، دوشنبه ۱۲- اسامی خاص مانند: فتانه، شراره، شروین ۱۳- کلمات احساسی و شاعرانه مانند لطیف، غزل و شادی. (دانش و قربانی، ۱۳۹۶).

مساله مهمی که در اینجا حائز اهمیت است و اثر مقطعی بر فرهنگ نام گذاری دارد و سیر طبیعی تراکم و آمار اسامی را جابه جا می کند تأثیر وقایع تاریخی است که در کنار سایر متغیرها جامعه را به سمت استفاده از اسامی خاص سوق می دهد. به عبارت دیگر هرگاه رخداد های تاثیر گذار اجتماعی در اقصی نقاط کشور و یا حتی نقاط دیگر جهان به وقوع می پیوندد و بر اساس فرهنگ دیرین این مرز و بوم اسامی فرزندان دستخوش تغییر می شود. از این دست می توان به وقایعی مانند حمله مغولان به ایران که موجب افزایش اسامی برگرفته از شرق و یا حضور امام هشتم شیعیان در ایران باعث افزایش نام و القاب آن حضرت گردید و در تاریخ معاصر وقوع انقلاب اسلامی موجب فراوانی نام هایی مانند روح الله و مهدی و یا اسامی برگرفته از ریشه انقلاب اسامی شده آمار آن به طور معنی داری افزایش می یابد. یکی دیگر از مظاهر تاثیر پذیری از رخدادها که هم اکنون نیز رواج داشته و قابل مشاهده می باشد این مساله است که همزمانی تولد کودکان با وقایع تاریخی مانند واقع عظیم کربلا، ولادت پیشوایان دینی و پیروزی انقلاب اسلامی و ... منجر به اسم گذاری مشابه با وقایع می گردد. مثلاً در ایام محرم آمار استفاده از اسامی ذکوری مانند حسین، علی اکبر، عباس و برای اناث اسامی مانند زینب، رقیه و امثالهم افزایش می یابد. (آنی زاده و چهری، ۱۳۹۲)

بسیاری از محققان و زبان شناسان تمرکزشان بر این است که: چگونه نامها می توانند بینش های فرهنگی، ویژگی های زبانی و پیشینه تاریخی یک جامعه را آشکار کنند. برای فرد، نام قطعاً یکی از مهمترین حقوق او به حساب می آید که بر گردن والدینش می باشد، که کارکرد مهم آن هویت بخشی به فرد در جامعه است، که باید دارای ویژگی زیبایی شناختی باشد و معنای قابل قبولی در جامعه داشته باشد، بنابراین همه باید نام نیک و پسندیده مثل نام هایی که متعلق به پیامبران، امامان، ائمه، نام خدایان، قهرمانان تاریخ، مشاهیر... هستند، انتخاب کنند. چون نام می تواند دارای ویژگی و تصور مثبت یا منفی باشد و تأثیری مشابه در تعامل اجتماعی ایجاد کند. نامگذاری فرزند به نام پسندیده و نیکو از اصول فرهنگ اسلامی است. بنابراین، والدین مسلمان مستلزم به این هستند نام نیکو برای فرزندان خود برگزینند؛ زیرا نام ها بر شخصیت فرد تأثیر می گذارد. از آنجا که نام های شخصی به صاحبان خود اعتماد به نفس می دهند، این امر به همه در سراسر جهان می گوید که شما کی هستید. نامگذاری فرد

ممکن است براساس اعتقادات مذهبی و عرق ملّی و میهن پرستی صورت گیرد که در سه طبقه نامهای مذهبی، ملّی و ترکیبی (ملّی - مذهبی) می‌توان آن‌ها را توصیف کرد. (دی و همکاران، ۱۳۹۸)

۳. طبقه بندی نام‌ها از نظر عوامل فرهنگی و اجتماعی

- ۱۱۸۹ | - **نام‌های مذهبی:** نام‌های مذهبی، شامل نام‌های خداوند که در کتابهای مختلف دینی آورده شده است، نامها و لقبهای پیامبر (ص)، امامان و ائمه و به طور کلی نام شخصیت‌های دین اسالم و سایر ادیان را در برمی‌گیرد. که نام‌های مانند محمد، حسین، علی، اسماء، فاطمه، ابراهیم، صالح، یعقوب، سارا، مریم، و... در آن گنجانده می‌شود.
- **نامهای ملّی:** نام‌های ملّی، شامل نامهای می‌شود از نظر معنا و مفهوم به زبان فارسی مرتبط بوده است و دارای ریشه فارسی می‌باشند. نام شخصیت‌های ملّی، تاریخی و اساطیری ایران شامل نام‌های ملّی می‌شوند، که نام‌های مانند: داریوش، آریا، کوروش، سهراب، آناهیتا، دالرام و... را در برمی‌گیرد.
- **نامهای ترکیبی (ملّی - مذهبی):** یعنی ترکیب نامهای عربی - فارسی که عبارت است از: اعم از پیشوند یا پسوند فارسی و یا ترکیب دو نام مستقل فارسی و عربی، که از گذشته‌های دور در میان مردم ایران رایج بوده است، که به ویژه ترکیب با نام‌های ائمه، و این به جهت اعتقاد و باوری است که شیعه به اهل بیت دارند. از سوی دیگر، شاید برای حفظ و احیای نام‌های فارسی که ریشه در نژاد و فرهنگ این مردم دارد، خانواده‌ها این گونه نام‌ها را برای فرزندان‌شان انتخاب می‌کنند تا هم ملیّت خود را حفظ کرده باشند و هم فرهنگ دینی و اسلامی را ترویج کنند. برای نام‌های ترکیبی می‌توان نام‌های مانند: امیرارسلان، محمدسالار، آریان رضا، محمدمهران، امیرسروش، کیان رضا، محمد اهورا، و... را برای پسران و نام‌های مانند: نازنین زهرا، نازنین فاطمه، نگین زهرا، نگار زهرا، فاطمه ناز، نازنین رقیه، مهربان زهرا، و... را برای دختران نام برد.
- **کارکرد اجتماعی - فرهنگی نام:** نام‌ها بخشی از فرهنگ هر جامعه محسوب شده، که در ارتباط بین افراد یک جامعه زبانی و محیطی که با آن در ارتباط هستند، به وجود می‌آیند. افراد برای مرجع‌ها نامی انتخاب کرده که احساس می‌کنند ارزش نامگذاری آن را دارند. یک فرد، یک مکان، یک شی یا چیزی که نام خاص خود را دارد، همیشه به نوعی برای شخص معنادار است. حیوانات اهلی پرورش یافته در طبیعت دارای نام نیستند، اما هنگامی که فرد تصمیم به تملک حیوانی را می‌گیرد، به آن حیوان نامی می‌دهد. با فرآیند



نام گذاری، فرد محیط را در اختیار می‌گیرد، لقبی به آن می‌دهد، و آن را به عنوان بخشی از فرهنگ خود تغییر می‌دهد. بنابراین فرهنگ بشری، نام‌ها را ایجاد می‌کنند. از سوی دیگر، نام‌ها به عنوان عناصر منحصربه‌فرد زبان خود، تولید فرهنگ می‌کنند. اینکه انسان چگونه به نام گذاری عادت کرده است، پرسشی است که از طریق جامعه زبان، زبان با جامعه و فرهنگ اطراف مرتبط است. به طوری که تأیید و ایجاد نام برای کاربرد عمومی همیشه نیازمند جامعه‌ای است که دید نسبتاً مشابهی از دنیای اطراف و توانایی درک انگیزه و عملکرد اجتماعی نام را داشته باشد. (دانش و قربانی، ۱۳۹۶). نام شخصی افراد، علاوه بر کارکرد عملی، یک کارکرد اجتماعی - فرهنگی بسیار قوی هم دارند. آنها نه تنها به عنوان وسیله‌ای برای شناسایی، بلکه وسیله‌ای برای طبقه‌بندی اجتماعی افراد نیز عمل می‌کنند. بنابراین یک نام شخصی به جامعه می‌گوید که فرد کیست و دوماً به فرد اجازه می‌دهد بداند که چه جایگاهی در جامعه دارد. نام خانوادگی به ما می‌گوید که حامل نام به کدام خانواده تعلق دارد. گاهی اوقات یک نام خانوادگی می‌تواند چیزی را در مورد موقعیت اجتماعی فرد نشان دهد و ارزش‌های اجتماعی همچون: پیشینه ملی، زبان مادری، اعتقادات مذهبی و حتی موقعیت اجتماعی نامگذار در نام گذاری تأثیر و در انتخاب نام اهمیت دارند. (همان)

۴. هویت و نام‌گزینی

نام به عنوان بخشی از هویت یک فرد در تمام فرهنگ‌های جهان عملکردی مهم محسوب می‌شود. با این حال، رابطه بین یک نام و یک فرد در فرهنگ‌های مختلف به دلیل تفاوت‌های فرهنگی - اجتماعی، مذهبی،... متفاوت است. نام خاص فرد در دنیای غرب بیشتر به عنوان یک لقب بی‌معنی تلقی می‌شود که کارکرد آن فقط اشاره به یک فرد خاص و به عنوان نشانگر یا نماد هویت این فرد عمل می‌کند. در برخی فرهنگ‌های دیگر، نام و فرد یکسان تصور شده، به عبارت دیگر، نام مانند نمادی از فرد است. فرهنگ‌هایی هستند که در آن‌ها این باور رواج دارد که یک نام بر شخصیت فرد تأثیر می‌گذارد، و فرهنگ‌هایی هستند که باور آنها این است که: همنام‌ها رابطه کاملاً ویژه‌ای با یکدیگر دارند. یک نام می‌تواند قدرت جادویی داشته باشد: می‌توان از آن برای جادوگری و قدرت بر مردم استفاده کرد. (احمدی، ۱۳۹۴)

هویت زبانی یک ویژگی نسبی و ذاتی نیست، بلکه یک ویژگی درونی شده یک فرد است که می‌تواند با بیان در زبان و رفتار اجتماعی - فرهنگی انتخاب شود، یا بسته به بافت اجتماعی - سیاسی و

ایدئولوژیک می‌توان آن را تغییر داد». بنابراین، از آنجایی که زبان همواره در ایجاد و بیان هویت دارای نقش مهم و کلیدی است، بدون در نظر گرفتن زبان نمی‌توان درک دقیق و صحیحی از پدیده هویت حاصل کرد. شاید بتوان گفت اصلی‌ترین نقش زبان، برقراری ارتباط است. نام شخص به تنهایی اطلاعات فراوانی در مورد صاحب نام ارائه می‌دهد. از روی نام فرد می‌توان تا حدودی به اطلاعاتی شامل جنسیت، مذهب، فرهنگ، طبقه اجتماعی و... پی برد که این اطلاعات نیز بخشی از هویت آن فرد به شمار می‌آیند. نامگذاری هم چون هر عمل دیگری در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی معینی انجام می‌شود که از گرایش‌های فرهنگی و روانی تأثیر خواهد پذیرفت. ازاینرو، نام گذاری مانند یک نهاد در قالب یک عمل فرهنگی محسوب شده و به تبع آن، عوامل اجتماعی مؤثر بر آن شناسایی می‌شوند. نام با هویت و هویت با نام هماهنگی و ارتباط نزدیکی دارد و یک جفت معنا و مفهوم را توصیف می‌کند؛ یعنی این که: «نام‌ها نماد هویت هستند». و مهمترین کارکرد نام، هویت بخشی به شخص در جامعه می‌باشد. (گیدنز، ۱۳۷۷)

هویت از زبان فرانسوی در سده‌های میانه اقتباس شده است و در همه زبان‌ها به کار گرفته می‌شود. هویت گونه‌های متفاوتی را شامل می‌شود، از جمله: هویت فردی، خانوادگی، اجتماعی، ملی، مذهبی، فرهنگی، زبانی، سیاسی و تاریخی و اقتصادی؛ که تمام اینها بر انتخاب و گزینش نام، در مورد فرد و مکانها و غیره مؤثر می‌باشند. هویت از نظر واژگانی، به معنی "کیستی" است. در لغتنامه دهخدا، "هویت" به صورت «تشخیصی که میان حکما و متکلمان مشهور است» تعریف می‌شود. "هویت" در زبان انگلیسی به معنی «شخصیت یا وجود عینی افراد یا اشخاص آورده شده است. برخی نیز هویت را به عنوان مفهوم و برداشت فرد از خود تعریف میکنند. هویت به مثابه امری احساسی یا آگاهانه، واقعی یا ذهنی، موجود یا جعلی، معطوف به پاسخ چستی و کیستی انسانها به صورت فردی و جمعی است. (رافع شیخی، ۱۳۹۱)

- **هویت فردی:** هویت فردی یک فرد پاسخ این سوال است که "من کیستم و می‌خواهم در زندگی خود چه کنم؟" هویت فردی یا شخصی نحوه شناسایی شما با ویژگی‌های شخصی است. هویت فردی یا همان خود به تصور و شناختی که فرد از خود دارد یا به آن ارجاع میدهد، اشاره دارد. هویت فردی هویتی است که خود (فرد) را شکل می‌دهد و تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند عزت نفس، هویت اجتماعی و نقش‌هایی است که فرد در جامعه ایفا میکند، شکل می‌گیرد. هویت فردی در حقیقت همان چیزی می‌باشد که فرد به مصداق اصطلاح خود آگاهی، بر آن آگاهی دارد.



- **هویت اجتماعی:** هویت اجتماعی به ویژگی‌ها و شیوه‌های اشاره دارد که براساس آن افراد و گروه‌ها در ارتباط‌های اجتماعی خود از افراد، گروه‌ها و جماعت‌های دیگر متمایز می‌شوند. هویت اجتماعی به دسته‌بندی‌های اجتماعی فرد و دیگران اشاره دارد، طبقه‌بندی فردی که فرد را بر حسب شباهت‌های مشترک با اعضای گروه‌های اجتماعی خاص در مقایسه با سایر طبقه‌های اجتماعی تعریف می‌کنند. هویت اجتماعی خود به طبقه‌بندی اجتماعی اشاره دارد. هویت اجتماعی شامل طیفی گسترده از هویت‌ها است مانند: هویت جنسی، هویت قومی، هویت ملی، هویت فراملی و هویت مذهبی.
- **هویت جنسی:** هویت جنسی، احساس شخص از جنسیت خودش است. هویت جنسی می‌تواند با جنسیت تعیین شده فرد مرتبط یا با آن متفاوت باشد. در اکثر افراد، عوامل بیولوژیکی مختلف تعیین‌کننده جنسیت، با هویت جنسی فرد همخوانی و سازگاری دارد. بیان جنسیت معمولاً نشان‌دهنده هویت جنسی یک فرد است.
- **هویت قومی:** در جامعه‌ای که به طور قابل ملاحظه متنوع و گسترده است، مسائل مربوط به نژاد و قومیت برای زبان‌شناسان، جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و مردم‌شناسان بسیار مورد توجه قرار گرفته است. هویت قومی به هویت اجتماعی یک فرد در یک زمینه بزرگ‌تر بر اساس عضویت در یک گروه فرهنگی یا اجتماعی اشاره دارد. اهمیت هویت قومی چنان است که به اعتقاد اسمیت اگر ملتها خود را به یک ریشه قومی واقعی یا خیالی پیوند ندهند، فرومی‌باشند. زبان، دین و مذهب، تعلق جغرافیایی و تبار مشترک واقعی یا خیالی از فراگیرترین شاخصه‌های هویت قومی محسوب می‌شوند. گروه‌های قومی مایل هستند مانند ملت، خود را در خانواده‌ای گسترده‌تر معرفی کنند. بنابراین، هویت‌های قومی اغلب برای شناسایی سیاسی به پا می‌خیزند، مگر آن که گروه قومی هویت خود را در نهادها و موارد دیگر با دولت مربوطه هم‌شکل نماید.
- **هویت ملی:** هویت ملی هویت یک فرد یا احساس تعلق یک فرد به یک دولت یا یک ملت است. این احساس یک ملت به عنوان یک کل منسجم است که با سنت‌ها، فرهنگ و زبان متمایز نشان داده می‌شود. هویت ملی ممکن است به احساس ذهنی یک فرد در مورد یک ملت، بدون توجه به وضعیت شهروندی قانونی اش، اشاره داشته باشد. هویت ملی در اصطلاح روان‌شناختی به عنوان «آگاهی از تفاوت»، «احساس و شناخت «ما» و «آنها» تلقی می‌شود. هویت ملی نوعی هویت اجتماعی است؛ که این یک ویژگی پویا و سیال است



مشخص است که ملی‌گرایی یا ملت‌پرستی و هویت ملی بر زندگی اجتماعی، اقتصادی و سیاسی یک کشور تأثیر می‌گذارد. در دنیای که جهانی شده و مردم آزادانه تر با هم در ارتباط هستند، حس ملی‌گرایی و هویت ملی تأثیرات خود را بر شهروندشان در سراسر دنیا از دست نمی‌دهد. مهمترین عناصر تشکیل دهنده هویت ملی عبارتند از: وجود سازمان سیاسی واحد، پیشینه مشترک فرهنگی - تاریخی، زبان، دین و سرزمین مشترک. هویت ملی از منظر جامعه‌شناسی دارای ابعاد اجتماعی، تاریخی، جغرافیایی، سیاسی، دینی، فرهنگی، زبانی و ادبی نیز می‌باشد.

- **هویت فراملی:** هویت فراملی دستاورد فرایند جهانی‌شدن است و از شخص، شهروندی جهانی شده می‌سازد. نزدیکی و تفهیم و تفاهم بین ملت‌ها، که رهاورد انقلاب ارتباطی، انفجار اطلاعاتی و پیشرفت‌های فنی است، هنجارهای مشترکی را بر تمام دنیا حاکم می‌گرداند که اعتقاد و باور به هویت بشری فراملی را افزایش می‌دهد. تحولات نهادی نشأت گرفته از مدرنیته و فرایندهای مدرنیته متأخر، مانند صنعت گردشگری، راس آنها، ماهواره‌ها، اینترنت، مهاجرت، و... باعث گسترش آگاهی ملت‌ها از شیوه‌های مختلف زندگی شده است و افراد مفهوم "خود" را در مقیاسی فراملی شکل می‌دهند.

- **هویت مذهبی:** هویت مذهبی یا دینی فرد به سطح دینداری و یا دینی که معمولاً از طریق خانواده یا اینکه از طریق جامعه با آن ارتباط دارد، مرتبط می‌شود. با این وجود، هویت دینی به این صورت تعریف می‌شود که چگونه یک فرد یا گروهی از افراد خود را متعلق و نماینده ارزش‌های یک دین و یا فرقه مذهبی خاص می‌دانند. هویت دینی را می‌توان مجموعه‌ای شناختی، اعتقادی - روانی شامل ارزش‌ها، هنجارها، باورها، احساسات، نمادها، طرز تلقی‌ها و آگاهی‌های مخصوص به یک خود فردی - اجتماعی قلمداد کرد. (دانش و قربانی، ۱۳۹۶).

۵. عوامل اجتماعی مؤثر در نام‌گذاری

عمل نامگذاری در سطح یک جامعه و گروه، مبین‌گرایی‌های جمعی موجود در آن جمع است و میتوان براساس تغییر در روند نامگذاری و تحول در نامها در مورد تحول و تغییر آن جامعه قضاوت کرد. ویلسون نیز در این خصوص میگوید: «نامها همچنان که شاخصی برای تحولات فرهنگی و اجتماعی محسوب می‌شوند، مالکی برای پایگاه و طبقه اجتماعی هم هستند.» نامها میتوانند از زوایا و ابعاد مختلفی مورد بررسی قرار گرفته و به شناخت حیات اجتماعی کمک نمایند. هم به عنوان



یک شاخص هم به عنوان یک واقعیت اجتماعی که در تعامل با واقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی دیگری می‌باشد. امروزه چند مسأله قابل توجه به لحاظ جامعه‌شناختی در نامگذاری کودکان مطرح می‌باشد، به اعتقاد عبدی یکی پذیرش و دفاع از نوآوری به عنوان یک هنجار پذیرفته شده است. به عبارت دیگر اگر در گذشته افراد از انتخاب اسامی ناشناخته پرهیز می‌کردند، اکنون با عاقله دنبال اسامی جدید و نو می‌گردند و حتی از تک بودن نام هم استقبال می‌کنند. بدین خاطر تعداد اسامی مورد استفاده در حال افزایش است و تعداد اسامی جدید بیش از تعداد اسامی است که به دلیلی از گردونه نامگذاری خارج و متروک میشوند. (احمدی، ۱۳۹۴)

یکی از مسائلی که در نامگذاری کودک در ایران دیده میشود و بخشی از آن به مسائل اعتقادی مربوط میشود «دو اسمی» بودن افراد است. در گذشته و در حال حاضر هم در بعضی خانواده‌ها دو اسم برای کودکان انتخاب میشود که یک نام آن در شناسنامه کودک درج میشود و یک نام هم غیر رسمی هست و فرد در خانواده به آن خطاب میشود. یکی دیگر از ویژگی‌های نامگذاری در ایران، وجود پیشوند و پسوند در اسامی است که به نظر میرسد که به مرور زمان این نوع اضافات از اسامی انتسابی به کودکان کم شده است. پیشوندهایی همچون میرزا، خان و... از این جمله‌اند. علت اصلی کاهش این نوع صفات، گرایش جامعه به سوی اصالت معیارهای اکتسابی و دور شدن از معیارهای انتسابی است. به عبارت دیگر تمام صفت و ویژگی فرد در هنگام تولد همراه او نیست که با یک پیشوند یا پسوند آن را به او بدهند. بلکه صفات و ویژگی‌های وی اکتسابی خواهد بود و با اضافه شدن این نوع پیشوندها و پسوندها، وی الزاماً موقعیتهای اجتماعی آنها را به همراه خود نخواهد داشت. در نتیجه جایگاه اکتسابی جایگزین انتسابی شده است، و طبعاً نمود این واقعیت در نامگذاری به صورت حذف تدریجی پیشوند و پسوند است. (گلابی، ۱۳۷۸)

نکته دیگر موضوع نظام ارزشی دینی، اسلامی و هویت ایرانی است، در روایات اسلامی به والدین بسیار سفارش شده که «نام نیکو» جهت فرزندان خود انتخاب کنید و از طرف دیگر نظام ارزشی فرهنگ و تمدن، ملی در مردم است که خود نوعی ایجاد علاقه، دلبستگی و تعهد به خاک، «اندیشه وطن» و فرهنگ هویت به خودی است. بنابراین بدلیل نظام ارزشی ایرانی-اسلامی اسامی ترکیبی و بلند می‌تواند رو به فزونی باشد. بدین معنی که افراد سعی می‌کنند اسامی ترکیبی که ایرانی و اسلامی باشد مثل محمدکیان، محمدسینا و... را برای فرزندان خود برگزینند. (همان)

مسأله دیگر بدلیل مهاجرت قومیتها و گسترش ارتباط و تعامل این افراد در جامعه و بعضاً مورد خطاب واقع شدن در جمع از طریق نام خود، که برگرفته از خرده فرهنگ و قومیت خویش می‌باشد.

ممکن است مورد پسند فرهنگ غالب نباشد. و فرد دست به تغییر نام خود بزند یا نهایتاً نام فرزندان خود را از اسامی قومی و خرده فرهنگ خودی که قبلاً رایج بوده بر نمی‌گزیند. بنابراین انتظار می‌رود که بدلیل احساس تعلق و همبستگی و انسجام فرد با فرهنگ غالب از اسامی قومی، محلی و منطقه‌ای به شدت کاهش یابد. مسأله دیگر ممانعت قانونی مبنی بر انتخاب نامها در چهارچوب ضوابط و مقررات و از طریق کتاب فرهنگ نام و نام‌گزینی سازمان ثبت احوال است. یعنی نامی که افراد بر می‌گزینند بایستی در فرهنگ نام و نام‌گزینی سازمان ثبت احوال موجود باشد. (آنی زاده و چهری، ۱۳۹۲).

۶. عوامل فرهنگی مؤثر در نام‌گذاری

مجموعه ارزش‌ها، باورها، اعتقادات، هنجارها، آفرینش‌های ادبی، هنری، فلسفی، علمی، دانش‌ها و کلیه دستاوردهای مادی و معنوی که از زندگی جمعی انسان‌ها به‌وجود آمده‌اند را فرهنگ گویند. فرهنگ و جامعه دو عنصر جدایی‌ناپذیر به‌حساب می‌آیند. جامعه به‌نظام روابط متقابلی اطلاق می‌شود که افرادی را که دارای فرهنگ مشترک هستند به‌همدیگر مربوط می‌سازند. هر جامعه‌ای فرهنگ خاص خود را دارد و هر فرهنگی نیز متعلق به یک جامعه خاص می‌باشد. فرهنگ دارای دو جنبه یا دو بخش می‌باشد؛ فرهنگ مادی و فرهنگ معنوی. این دو جنبه فرهنگ در یک کلیت منسجمی به‌هم مرتبط هستند و در تحلیل نهائی باید تأثیرات متقابل آنها در بستر کلی هر جامعه معین (و تأثیرپذیری آنها از عناصر فرهنگی دیگر جوامع) را مورد توجه قرار داد. (گلایبی، ۱۳۷۸)

هر جامعه در حقیقت ترکیبی از نهادها و سازمان‌های اجتماعی و گروه‌ها، اقشار و طبقات اجتماعی است و فرهنگ نتیجه تعاملات و روابط پیچیده گروه‌های انسانی در سازمان‌های مختلف و مجموعه دستاوردهای مادی و معنوی انسان است. از این‌رو فضای گسترده فرهنگ هر جامعه‌ای، کلیه اجزاء متشکله جامعه از جمله گروه‌ها و طبقات و سازمان‌های متفاوت را تحت تأثیر قرار می‌دهد. فرهنگ یک مقوله تاریخی-اجتماعی است که نظیر دیگر اجزاء و عناصر جامعه با ساختار سیاسی-اقتصادی و اجتماعی هر جامعه مشخص از یک سو و به ویژگی‌های عوامل بین‌المللی از دیگر سو پیوند دارد. در عین حال فرهنگ ملت‌ها در درون خود عناصر فرهنگی کوچکتری (یعنی خرده‌فرهنگ‌ها یا پاره‌فرهنگ‌ها) را جای داده‌اند که تبلوری از ویژگی‌های فرهنگ‌های قومی، و منطقه‌ای هستند. بدین جهت سازمان‌ها در مقیاس ملی، از عناصر فرهنگی تحت تأثیر مداوم قرار دارند. نظر به اینکه هر سازمانی متشکل از زیرسیستم‌های متفاوتی می‌باشد و زیرسیستم انسانی سازمان که به‌وجود آورنده و انتقال‌دهنده ویژگی‌های فرهنگی است (نوعاً، عنصری متعقل و در عین حال دارای بار فرهنگی و



ارزشی متفاوت می‌باشد)، لذا تأثیر ویژگی‌های فرهنگی جوامع بر خصوصیات و کارکردهای سازمان‌ها تبعات و نتایج متفاوتی به وجود می‌آورد و از این دیدگاه مطالعه تأثیرات عناصر فرهنگی هر جامعه بر سازمان‌ها، ضرورتی اساسی به حساب می‌آید. (دانش و قربانی، ۱۳۹۶).

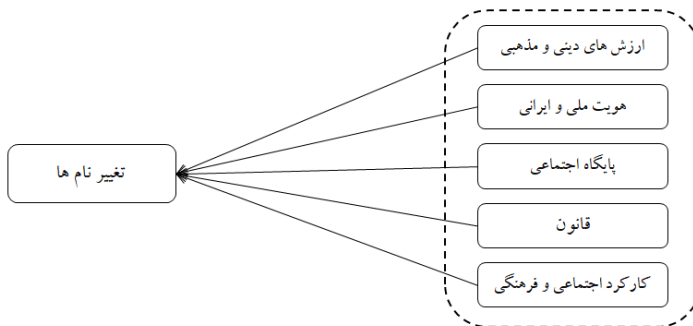
فرهنگ به عنوان یک عنصر اجتماعی، دائماً در حال تغییر و تحول است و خصلت پویایی دارد. مکانیسم پویایی فرهنگ هم به تأثیرات داخلی جنبه‌های مادی و معنوی فرهنگ و هم به تأثیرات عوامل خارجی مرتبط می‌باشد. گرچه ممکن است یک جنبه (یا بخش) از فرهنگ در دوره‌ای خاص، کارکرد تعیین‌کننده تری از دیگر جنبه فرهنگ داشته باشد، لیکن مطلق‌انگاری این موضوع به مثابه یک قانونمندی عام حیات اجتماعی امری نادرست خواهد بود. ویژگی‌های فرهنگی، بر خصوصیات رفتاری افراد جامعه تأثیر قطعی دارند. در هر جامعه و در بستر فرهنگی آن، هنجارها، ضوابط و ارزش‌هایی وجود دارند که افراد هر جامعه عمدتاً در قالب آنها عمل و رفتار می‌کنند. جامعه‌شناسان در مورد چگونگی تغییرات و تحولات عناصر مادی و عناصر معنوی فرهنگ نظرگاه‌های متفاوتی دارند. ویلیام آگبورن جامعه‌شناس مشهور معتقد است که جنبه‌های مادی فرهنگ سریع‌تر از جنبه‌های غیرمادی تغییر و تحول می‌یابند. اصولاً از چنین دیدگاهی، اعتقاد بر این است که پس از تحول در ساختار اقتصادی و مادی جامعه، مدت زمانی به طول می‌انجامد تا چارچوب ارزش‌ها، اعتقادات، هنجارها و ضوابط (یعنی بُعد معنوی فرهنگ) متناسب با شرایط جدید متحول گردد. (گلایی، ۱۳۸۸)

۷. روش تحقیق

مطالعه حاضر بر پایه روش آمیخته و با هدف بررسی تأثیر تحولات اجتماعی و فرهنگی بر تغییرات نام‌ها صورت پذیرفته است. جامعه پژوهش تحقیق حاضر در فاز کیفی شامل کارشناسان حوزه فرهنگی در شهر تهران بودند که تعداد آنها بر حسب اشباع نظری نتایج مصاحبه ۲۰ نفر تعیین گردید، که برای جمع‌آوری اطلاعات از آنها از مصاحبه نیمه ساختاریافته بر اساس رویکرد توصیفی-تحلیلی و به روش کدگذاری انجام گردید، همچنین تعداد جامعه نمونه در فاز کمی با استفاده از فرمول کوکران، نمونه ۳۸۴ نفری بصورت تصادفی ساده انتخاب شدند که برای جمع‌آوری داده‌ها در این بخش از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد.

۸. مدل مفهومی تحقیق

با مطالعه ادبیات موضوع در زمینه نام و نام‌گزینی و استخراج منابع مربوط به این زمینه و همچنین نتایج مصاحبه با خبرگان، مدل مفهومی زیر جهت آزمون متغیرهای تحقیق ارائه شده است.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

۹. فرضیه‌های تحقیق

فرضیه اصلی

عوامل اجتماعی و فرهنگی بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارد

فرضیه‌های فرعی

۱. ارزش‌های دینی و مذهبی بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارد
۲. هویت ملی و ایرانی بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارد
۳. پایگاه اجتماعی بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارد
۴. قانون بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارد
۵. کارکرد اجتماعی و فرهنگی نام‌ها بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارد

۱۰. نتایج تحقیق

در تحقیق حاضر جهت مشخص نمودن عوامل تأثیرگذار بر نام و نام‌گزینی از روش دلفی استفاده گردید. بطوریکه جهت جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه‌های عمیق با خبرگان در این زمینه استفاده شد، همچنین از نمونه‌گیری گلوله برفی جهت انتخاب خبرگان تحقیق استفاده شد، بطوریکه پس از مصاحبه با یکی از خبرگان افراد بعدی نمونه توسط آخرین خبره معرفی و بدین ترتیب خبرگان تحقیق شنایابی گردیدند. بنابراین با شناخت قبلی محقق از موضوع و مراجعه به یکی از خبرگان که در زمینه نامگذاری فعال بودند نمونه‌گیری آغاز گردید. در ادامه بعد از مصاحبه عمیق با ایشان منابع بعدی مطابق



شرایط جامعه آماری از طریق نامبرده یا نمونه بعدی ارتباط گرفته شد و نمونه‌گیری برای دریافت داده‌های تکمیلی از مصاحبه‌شوندگان ادامه یافت. ازجمله معیارهای کفایت نمونه‌گیری در تحقیقات کیفی را معیار رسیدن به اشباع نظری است. این موضوع از تکرار داده‌های قبلی ضمن تحقیق حاصل می‌شود به‌طوری‌که محقق مرتباً با حرف‌ها و نظرات مشابهی مواجه می‌شود. بر همین اساس شرط اشباع نظری را برای تحقیقات کیفی انجام تحقیقات بین ۱۰ تا ۱۵ نفر عنوان نموده است. همچنین یادآوری می‌نماید پس از آنکه محقق احساس کرد داده‌های به‌دست آمده در حال تکرار هستند چند مصاحبه تکمیلی برای تأیید این عقیده خود انجام دهد (خنifer و مسلمی، ۱۳۹۶).

در تحقیق حاضر از مصاحبه ۱۵ به بعد روند تکرار کدها شدت یافته و این روند برای مصاحبه ۱۵ به مشابهت ۱۰۰ درصد رسید لیکن با در نظر گرفتن شرایط اشباع نظری مصاحبه‌ها تا ۱ مورد پس از مشاهده عناوین تکراری ادامه یافت هرچند با انجام مصاحبه ۱۶ کد جدیدی کشف نگردید. نتایج بخش کیفی منجر به شناسایی پنج عامل مهم در زمینه نام و نام‌گزینی شامل: دین و مذهب، هویت ملی، پایگاه اجتماعی، قانون و همچنین کارکرد اجتماعی و فرهنگی گردید، که در ادامه تحقیق از عوامل فوق جهت تدوین پرسشنامه در خصوص جمع‌آوری داده‌های کیفی استفاده شد.

۱-۱۰. توزیع داده‌ها

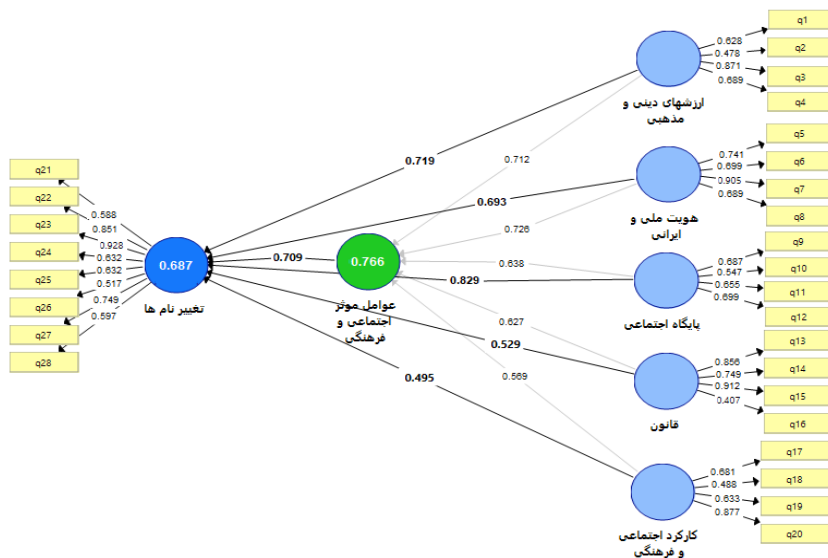
به منظور تعیین نوع روش آماری پارامتریک یا غیرپارامتریک برای آزمودن فرضیه‌ها باید توزیع داده‌های متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گیرد. بنابراین از آزمون شاپیرو ویلک استفاده می‌شود تا از نرمال بودن داده‌ها اطمینان حاصل گردد. در آزمون کلموگروف اسمیرنف اگر سطح معنی‌داری (sig) برای کلیه متغیرها بزرگتر از سطح آزمون ۰/۰۵ باشد توزیع داده‌ها نرمال می‌باشد. با توجه به نتایج بدست آمده از این آزمون که در جدول شماره یک نشان داده شده است، هیچ یک از متغیرهای پژوهش از توزیع نرمال برخوردار نیستند. بنابراین آزمون فرضیه‌ها از روش مدل سازی ساختاری در نرم افزار SMART-PLS استفاده گردید که به توزیع غیرنرمال متغیرها حساس نیست.

جدول ۱- نتایج آزمون نرمال بودن داده‌ها

نتیجه	سطح	کلموگروف اسمیرنف	متغیر
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۷۷۸	ارزش های دینی و
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۸۳۲	هویت ملی و ایرانی
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۶۹۷	پایگاه اجتماعی
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۷۱۴	قانون
غیر نرمال	۰/۰۰۰	۰/۷۴۹	کارکرد اجتماعی و

۱۰-۲. تحلیل عاملی تاییدی

در روش مدل سازی معادلات ساختاری ابتدا باید پایایی سازه ها، مورد مطالعه قرار گیرد. بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهد. در حالت برآورد استاندارد امکان مقایسه بین متغیرهای مشاهده شده ی تبیین کننده متغیرهای پنهان وجود دارد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی متغیرهای تحقیق نشان داد که مدل اندازه گیری متغیرها مناسب و کلیه اعداد و پارامترهای مدل معنادار است. نتایج مدل اندازه گیری حاکی از وجود روابط همبستگی مثبت و معناداری بین متغیرها در مدل است. با توجه به شکل شماره دو میتوان بارهای عاملی هر یک از سؤالات تحقیق را مشاهده نمود. مقدار ضریب تعیین عددی بین صفر و یک است، که هر چه به سمت یک نزدیک شود، مقدار تبیین واریانس بیشتر میگردد. با توجه به مدل، تمامی سازه های مدل بارهای عاملی دارای مقادیر بیشتر از ۰/۴ میباشد، بنابراین پایایی مدل تحقیق با توجه به بارهای عاملی گویه‌ها و متغیرهای تحقیق قابل قبول میباشد.



شکل ۲- ضرایب مسیر متغیرهای تحقیق

۱۰-۳. پایایی و روایی مدل تحقیق

بررسی پایایی مدل از ضریب دیلون گلداشتاين در نرم افزار SMART PLS که با علامت CR مشخص میشود استفاده میشود، نام دیگر آن پایایی مرکب است، در معادلات ساختاری ضریب پایایی



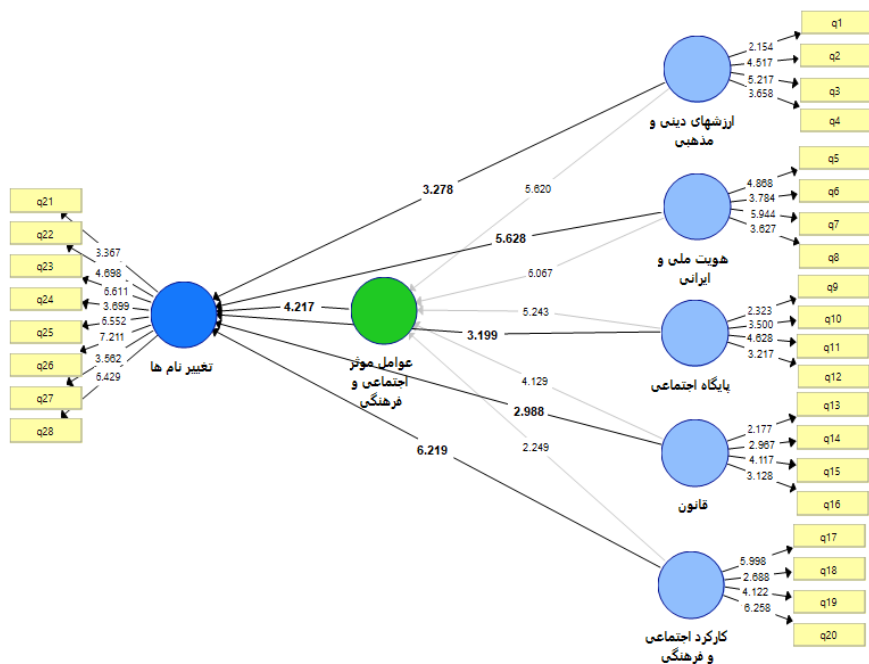
مرکب و همچنین آلفای کرونباخ باید بالاتر از ۰/۷ باشد تا پایایی مناسب تشخیص داده شود. همچنین جهت انجام روایی مدل از روایی همگرا یا AVE استفاده می‌گردد. معیار روایی مناسب مدل، بالا بودن آن از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا با توجه به جدول شماره ۲ مدل مفهومی تحقیق از پایایی قابل قبولی برخوردار بوده و نتایج روایی نشانگر اعتبار مناسب ابزار اندازه‌گیری می‌باشد.

جدول ۲- پایایی مدل مفهومی تحقیق

متغیرها	پایایی	روایی	آلفای
ارزش‌های دینی و مذهبی	۰/۸۴۷	۰/۵۱۹	۰/۹۱۷
هویت ملی و ایرانی	۰/۸۶۳	۰/۶۱۲	۰/۸۴۲
پایگاه اجتماعی	۰/۷۹۱	۰/۵۸۷	۰/۸۵۵
قانون	۰/۷۶۱	۰/۶۸۳	۰/۹۲۶
کارکرد اجتماعی و فرهنگی	۰/۷۸۹	۰/۵۷۹	۰/۸۸۳

۱۰-۴. برازش ساختاری مدل (ضرایب معناداری یا t-value)

در این مرحله با استفاده از مدل ساختاری روابط بین سازه‌ها به لحاظ علی مورد بررسی قرار می‌گیرد. درواقع با در نظر گرفتن نتایج بررسی روابط بین سازه‌های مستقل و وابسته با استفاده از ضریب مربوطه می‌توان به بررسی معنی‌داری اثرات بین سازه‌های تحقیق پرداخت. همچنین از آزمون بوت استراپ در روش حداقل مربعات جزئی توصیه شده برای محاسبه مقادیر T جهت تعیین معناداری ضرایب مسیراستفاده شد. برازش ساختاری برای قضاوت در مورد معناداری روابط بکار می‌روند. به این صورت که اگر مقادیر آماره t بین $-۱/۹۶$ و $+۱/۹۶$ قرار داشته باشند، ضرایب معنادار نیستند و منجر به رد فرضیات تحقیق می‌شوند و در حالتی که خارج از این محدود باشند، معنادار هستند. در ادامه ضرایب معناداری برای فرضیات تحقیق بصورت کامل مورد بررسی قرار می‌گیرد.



شکل ۳- ضرایب معناداری متغیرهای تحقیق

بررسی ضرایب معناداری فرضیه‌های تحقیق با توجه به شکل شماره ۳ و همچنین جدول شماره یک نشان می‌دهد تمامی فرضیه‌های تحقیق مورد پذیرش قرار گرفته لذا متغیرهای مستقل در نظر گرفته شده در تحقیق بر تغییر نام‌ها تأثیر معناداری دارند.

جدول ۳- خلاصه نتایج فرضیه ها

فرضیه	عنوان	آماره t	نتیجه
فرضیه اصلی	عوامل اجتماعی و فرهنگی بر تغییر نام ها تأثیر معناداری دارد	۴/۲۱۷	تایید
فرضیه فرعی ۱	ارزش های دینی و مذهبی بر تغییر نام ها تأثیر معناداری دارد	۳/۲۷۸	تایید
فرضیه فرعی ۲	هویت ملی و ایرانی بر تغییر نام ها تأثیر معناداری دارد	۵/۶۲۸	تایید
فرضیه فرعی ۳	پایگاه اجتماعی بر تغییر نام ها تأثیر معناداری دارد	۳/۱۹۹	تایید
فرضیه فرعی ۴	قانون بر تغییر نام ها تأثیر معناداری دارد	۲/۹۸۸	تایید
فرضیه فرعی ۵	کارکرد اجتماعی و فرهنگی نام بر تغییر نام ها تأثیر معناداری دارد	۶/۲۱۹	تایید



۱۱. بحث و نتیجه گیری

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر تحولات اجتماعی و فرهنگی بر تغییرات نام‌ها است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی پیمایشی است جامعه آماری پژوهش شامل فعالان حوزه فرهنگ در شهر تهران می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از براساس جوامع نامعلوم ۳۸۴ نفر در نظر گرفته که این تعداد نمونه با روش تصادفی ساده انتخاب شده است. در پژوهش حاضر برای گردآوری داده‌های تحقیق، در فاز کیفی جهت شناسایی متغیرهای تحقیق از طریق مصاحبه و در فاز کمی پرسشنامه پنج گزینه‌ای لیکرت بوده و برای گردآوری ادبیات تحقیق از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. اعتبار پرسشنامه از روش اعتبار محتوا استفاده شده است و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه گردیده است که پایایی کل آن برابر با ۰/۹۱۷ می‌باشد که پایایی قابل قبولی می‌باشد. برای آزمون فرضیات پژوهش از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار 3 SmartPLS استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد تحولات اجتماعی و فرهنگی بر تغییرات نام‌ها تأثیر گذار است و از نتایج به دست آمده مشخص گردید پنج متغیر شامل: ارزش‌های دینی و مذهبی، هویت ملی و ایرانی، پایگاه اجتماعی، قانون و همچنین کارکرد اجتماعی و فرهنگی بر تغییر نام تأثیر بیشتری نسبت به سایر عوامل داشته، همچنین نتایج نشان داد از بین عوامل فوق کارکرد اجتماعی و فرهنگی و همچنین هویت ملی و ایرانی دارای بیشترین تأثیر بر تغییر نام‌ها می‌باشند و همچنین ارزش‌های دینی و مذهبی در رتبه سوم قرار گرفت. با توجه به نتایج می‌توان نتیجه گرفت که اغلب افراد جامعه به هنجارهای اجتماعی و فرهنگی در تعیین نام و نام‌گزینی وزن بیشتری داده و همچنین در نام‌گزینی گرایش‌های ملی و ایرانی برای آنها در اولویت می‌باشد.

فهرست منابع

- احمدی، ملیکا (۱۳۹۴) "بررسی نامگذاری میادین استان‌های ایران از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی". پایان‌نامه ارشد.
- آنی‌زاده، علی. چهری، بهروز (۱۳۹۲). «نقش مجموعه‌های تلوزیونی در فرهنگ نام‌گزینی». فصل‌نامه فرهنگ مردم ایران، شماره ۳۴.
- تأثیر وقایع بر نامگذاری ایرانیان گردآورنده: محسن پوریانی نشر: سازمان ثبت احوال کشور.
- دانش یونس، قربانی علی اکبر (۱۳۹۶) بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر نام‌گزینی کودکان توسط خانواده‌های ایرانی (مطالعه موردی استان هرمزگان). ۱. ۱۳۹۶؛ ۳ (۵): ۸۷-۱۰۹



دی، سید انور. بدخشان، ابراهیم. دستگشاده، عادل. نقشبندی، زانیار (۱۳۹۸) «بررسی نام فرزندان از دیدگاه زبان شناسی اجتماعی در دهه های (۱۳۶۶ تا ۱۳۹۵)». فصلنامه مطالعات زبان ها و گویش های غرب ایران، سال هشتم، شماره ۲.

رافع شیخی، رضا (۱۳۹۱). "بررسی زبانشناختی نام گذاری در شهر زاهدان از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۱". | ۲۰۳ | پایان نامه ارشد .

زندى، بهمن (۱۴۰۰). "جستارهایی در نامشناسی اجتماعی". تهران: انتشارات نشر نویسه پارسى. طیب، محمدتقی، و علی نژاد، بتول. (۱۳۸۲). بررسی گرایشهای جدید نامگذاری در اصفهان از دیدگاه زبان شناسی. مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی اصفهان (مطالعات و پژوهش های دانشکده ادبیات و علوم انسانی)، - (۳۳-۳۲)، ۵۸-۲۳.

عسکری کرمانی، حمید. (۱۳۸۱). گرایش های نامگذاری دختران و پسران ایرانی در فاصله سال های ۱۳۶۶-۱۳۶۲ و علل تغییر اسامی در بزرگسالان. زبان شناسی، ۱۷(۱)، ۷۶-۴۲.

قنبری عدیوی، عباس (۱۳۹۲) «تأثیر مذهب بر نامگذاری مردم چهارمحال و بختیاری». دو فصلنامه فرهنگ و ادبیات عامه. دوره ۱، شماره ۶.

گلابی، سیاوش (۱۳۷۸) اصول و مبانی جامعه شناسی، نشر میترا ۱۳۷۸، ص ۱۴۲. گیدنر، آنتونی (۱۳۷۷) جامعه شناسی، آنتونی گیدنز، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی ۱۳۷۷، صفحه ۳۶. نجاتی حسینی، سید محمود، و افشار، سمیه. (۱۳۸۸). تحول نامگذاری فرزندان در شهر تهران. پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، - (۳)، ۱۵۸-۱۴۱.

The impact of social and cultural developments on name changes

Abstract

In today's world, rapid changes in attitudes, values, and social behaviors are very tangible, and one of the important areas of cultural change is name changes. The purpose of this research is to investigate the impact of social and cultural developments on name changes. This research is applied in terms of purpose and descriptive survey in terms of method. The research population includes active experts on cultural issues in Tehran. The sample size was 384 people based on the Cochran formula and was distributed by simple random method. The field method was used to collect primary data, and the research data collection tool was a questionnaire in the qualitative phase to identify research variables through interviews and in the quantitative phase. The validity of the questionnaire was calculated using the content validity method and its reliability was calculated using Cronbach's alpha, which is equal to 0.917. The results of the study showed that five variables including: religious values, national and Iranian identity, social status, law, and social and cultural function had a greater impact on name change than other factors. The results also showed that among the above factors, social and cultural function and national and Iranian identity had the greatest impact on name change, and religious values were ranked third.

Keywords: Names, Naming, Social and cultural developments