

علمی پژوهشی

بررسی عوامل مؤثر بر نام‌گذاری نوزاد

احمد موحد^۱، زهره عباسی^۲ و سوسن زارعی^۳

چکیده:

نام و نام‌گزینی وسیله‌ای برای شناساندن هویت انسان‌هاست و جزء فرهنگ یک جامعه محسوب می‌گردد. این پدیده در بین همه افراد بشر در سراسر جهان و حتی در بین جوامعی که به صورت بسیار ابتدائی زندگی می‌کردند وجود داشته و دارد. هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر نام‌گذاری نوزاد توسط والدین در شهرستان قاین می‌باشد. روش این پژوهش از نوع توصیفی بوده و جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را مراجعین بخش صدور شناسنامه نوزاد اداره ثبت احوال شهرستان قاین تشکیل می‌دهد. جهت انتخاب نمونه، پژوهشگر در یک بازه زمانی دوماهه با مراجعه به اداره ثبت احوال شهرستان قاین، تعداد ۶۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب و با ۵۱ نفر مصاحبه انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد، عوامل تأثیرگذار بر نام نوزاد به ترتیب گرایش‌های مذهبی، تعیین نام توسط سایر فرزندان، به خاطر ارادت به شخص خاص، خاص و تک بودن نام، مناسبت‌های مذهبی، سهولت ادای نام، شباهت نام با نام فرزند قبلی خانواده، تأثیر رسانه و تأکید بر اسامی ایران باستان می‌باشد.

واژگان کلیدی: نام‌گذاری، نوزاد، والدین، ایران باستان، تک بودن نام

۱- گروه روانشناسی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. a.movahed@pnu.ac.ir

۲- کارشناسی‌ارشد روان‌شناسی و آموزش کودکان استثنایی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد قاینات، ایران (نویسنده مسئول). z.abasi29@gmail.com

۳- کارشناسی روانشناسی عمومی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران sosanzarei@gmail.com

مقدمه

نام فرزند، اولین و ماندگارترین هدیه از سوی پدر و مادر است. بنابراین والدین باید در انتخاب این هدیه، نهایت تلاش و دقت خود را به کار ببرند تا در آینده موجب سرافکندگی و خجالت فرزند خود نشوند. نامی که برای کودک انتخاب می‌شود، تأثیر دائمی و گسترده‌ای بر زندگی او دارد و ممکن است به سبب نام‌گذاری نامناسب یا نامتعارف، سالیان متمادی موجب تحقیر، سرافکندگی و تمسخر فرزند در محیط‌های اجتماعی شود و بر فرایند رشد و جامعه‌پذیری او تأثیرات منفی بگذارد (میرشکاری، ۱۳۹۵).

نام به عنوان بخشی از شخصیت و هویت فرد است. یکی از وظایف والدین انتخاب نام نیک بر فرزندان است. نام نقش مهمی در وابستگی کودک به واحد خانواده دارد (عزیزیان، ۱۳۹۷: ۱۶۴). امام رضا علیه‌السلام فرموده‌اند: «سَمِّهِ بِأَحْسَنِ الْأَسْمَاءِ وَ كُنَّهَ بِأَحْسَنِ الْكُنَى؛ فرزند خود را به بهترین اسم و کنیه نام‌گذاری کن» (فرید، ۱۳۷۷: ۱۴۹).

از نظر اسلام، نام خوب، حقی است برای فرزندان که مسئولیت انتخاب آن بر عهده پدر و مادر نهاده شده است. نامی را که پدر و مادر برای فرزند انتخاب می‌کنند، تا لحظه مرگ همراه زندگی اوست و به لحاظ دارا بودن پیام فرهنگی که از معنا و مفهوم خود به همراه دارد، الهام بخش بوده و بر فرد و جامعه تأثیر می‌گذارد (شعبان دخت، ۱۳۹۰).

روح کودک از آغاز تولد با نامی که بر او نهاده‌اند، انس می‌گیرد و چه بسا اولین الفاظی که بر زبان می‌راند و با شنیدن آن ناخودآگاه صورت خود را بر می‌گرداند، نام خودش است. از این رو کم‌کم این لفظ با روح او عجین می‌شود و چه معنای ارزشی و یا بی‌ارزشی داشته باشد، در ذهن و روح او تأثیر خواهد داشت (فیاض‌بخش، ۱۳۹۰).

نام‌گذاری به دلیل نقشی که ایفا می‌کند، باعث تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عمیقی در عرصه اجتماعی افراد نیز می‌گردد؛ به طوری که افراد دارای نام‌های خوب و زیبا و با مفاهیم عالی و متناسب با شخصیت‌های بزرگ علمی و دینی، همواره احساس غرور و افتخار می‌کنند و در اجتماع با احساس آرامش و اعتماد به نفس حضور می‌یابند و برعکس، کسانی که نام‌های نامناسب دارند، دچار عقده حقارت می‌شوند و همواره از آن رنج می‌برند. احساس حقارت و کم‌خودبینی، یکی از حالات بسیار بدی است که گاهی از دوران کودکی دامن‌گیر انسان می‌شود. بنابراین یکی از مظاهر زیبایی هر انسان، نام خوب و زیبایی‌وی است (صالحان، ۱۴۰۰).

اهمیت نام‌گذاری کودکان تا این اندازه است که سفارش ائمه معصومین علیه‌السلام به این است که اولاد خود را قبل از تولد، نام‌گذاری کنید. حضرت علی علیه‌السلام می‌فرماید: «سَمَّوْا أَوْلَادَكُمْ قَبْلَ أَنْ يُولَدُوا فَان لَمْ تَدْرُوا أَدْكَرَ أَمْ اُنْثَى فَسَمَّوْهُمْ بِالْأَسْمَاءِ الَّتِي تَكُونُ لِلذَّكَرِ وَ الْأُنْثَى، فَإِنْ أَسْقَطَكُمْ إِذَا لَقَوْكُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ لَمْ تَسَمَّوْهُمْ يَقُولُ السَّقَطُ لِأَبِيهِ: أَلَا سَمَّيْتَنِي، وَ قَدْ سَمَّيْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ مُحَمَّدًا قَبْلَ أَنْ يُولَدَ؛ فرزندان خود را قبل از این‌که به دنیا بیایند نام‌گذاری کنید، و اگر نمی‌دانید که مولود، پسر است یا دختر، او را به اسمی نام‌گذاری کنید که

هم برای پسر مناسب است و هم برای دختر. اگر بچه به صورت سقط از مادر جدا شود، روز قیامت به پدر خود می‌گوید: «چرا برای من نامی را انتخاب نکردی»، و پیامبر خدا صلی الله علیه و آله برای فرزندش نام محسن را قبل از تولد، انتخاب کرد». (حرعاملی، ۱۴۰۹، ج ۲۱، ص ۳۸۷). امام رضا علیه‌السلام درباره اهمیت نام‌گذاری فرزندان به نام‌های نیکو می‌فرماید: «لَا يَدْخُلُ الْفَقْرُ بَيْتًا فِيهِ اسْمُ مُحَمَّدٍ أَوْ أَحْمَدَ أَوْ عَلِيٍّ أَوْ الْحَسَنِ أَوْ الْحُسَيْنِ أَوْ جَعْفَرٍ أَوْ طَالِبٍ أَوْ عَبْدِ اللَّهِ أَوْ فَاطِمَةَ مِنَ النِّسَاءِ؛ در خانه‌ای که کسی به نام محمد یا احمد یا علی یا حسن یا حسین یا جعفر یا طالب یا عبدالله و از زنان به نام فاطمه وجود داشته باشد، فقر و تنگدستی راه نخواهد یافت». (مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۱۰۱، ص ۱۳۱).

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 لایه‌های گسترده‌ای از معانی و مفاهیم پنهان، در انتخاب نام وجود دارند. فلورنسکی^۱ 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: ۸۸).

لاهام و همکاران^۲ (۲۰۱۲) مطرح می‌کنند که نام‌ها اطلاعات زیادی را در بر گرفته‌اند. از طریق نام افراد می‌توان به گروه‌های شخصی مثل نژاد، قوم، شخصیت و طبقه اجتماعی افراد پی برد. دانش و قربانی (۱۳۹۶) در پژوهشی به بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر نام‌گزینی کودکان توسط خانواده‌های ایرانی (مطالعه موردی استان هرمزگان) پرداختند. نتایج مقاله نشان می‌دهد که بین متغیرهای دین‌داری و ملی‌گرایی خانواده‌ها و انتخاب نوع نام، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

مطالعات غربی در حوزه نام‌شناسی، بیشتر معطوف به جنبه زبانی نام‌ها بوده‌است. اما کوتز^۳ (۱۹۹۹) با مطالعه مجموعه‌ای از نام‌های انگلیسی، زوایای مختلفی از مشخصه‌های زبان‌شناختی، روان‌شناختی، معانی فولکلوریک و نقش‌های اجتماعی نام‌ها را واکاری کرده است. فرایر و لوت^۴ (۲۰۱۲) نیز در پژوهش مبسوطی هویت اجتماعی سیاه پوستان آمریکا را با بررسی مردم‌شناختی نام و نام‌خانوادگی آن‌ها مطالعه کرده‌اند. در ایران نیز آن طور که بخشوده (۱۳۷۹) ذکر می‌کند، ایمانی در سال ۱۳۶۳ نخستین کسی است که به معرفی حوزه نام‌شناسی و کلیات و مبانی نظری نام‌گذاری پرداخته است. اما از تحقیقات کاربردی می‌توان به کارهای میرخلیل زاده ارشادی (۱۳۷۲)، عبدی (۱۳۷۶)، رجب‌زاده (۱۳۷۸)، بخشوده (۱۳۷۹)، طیب و علی‌نژاد (۱۳۸۲)، نجاتی حسینی و افشار (۱۳۸۸) و منصوری (۱۳۸۹) اشاره کرد که به ارائه

1- Florenskiy

2- Laham, Simon M. Koval, Peter. Alter, Adam L.

3- Coates R.

4- Fryer R. & Levitt S

تحلیل‌هایی در حیطه نام‌گذاری بر حسب مقوله‌بندی موضوعی نام، درصد فراوانی نام‌ها بر حسب متغیرهای جنسیت، طبقه اجتماعی، منطقه جغرافیایی، ارزش‌گذاری فرهنگی نام و همین‌طور تحلیل زبانی نام‌ها در سطوح مختلف آوایی، صرفی و معانی پرداخته‌اند (شاه‌ناصری، ۱۳۹۶: ۲۲۳).

نام‌شناسی یک زمینه بین رشته‌ای است که توجه فلاسفه زبان، مردم‌شناسان، زبان‌شناسان و چه بسا افراد عادی را به خود جلب کرده است. موضوع نام اگر با ترکیبی از مفهومات فلسفی و مردم‌شناسی صورت پذیرد، بهترین تحلیل‌ها را در اختیار قرار می‌دهد. در مطالعات مردم‌شناسی، نادیده گرفتن زبان و فرهنگ ناممکن بوده و تمام زبان‌ها که نماد مهم هر فرهنگی هستند، حاوی نام‌ها به عنوان یک نشانه‌اند و از طریق آن تا حد زیادی می‌توان به نگرش‌ها، افکار و عواطف و روحیات آن جامعه پی‌برد. گرایش‌های پدران و مادران، ارزش‌ها و باورهای فرهنگی و مذهبی و اجتماعی آنان از طریق نامی که بر فرزندان خود می‌گذارند، قابل استخراج و استنباط است، لذا می‌توان گفت، موضوع نام رشته‌های زیادی را می‌تواند درگیر کند (زندی و میرمکری، ۱۳۹۶).

امروزه در روانشناسی اجتماعی و اقتصادی و شخصیتی، نام نقش عمده‌ای ایفا می‌نماید و با توجه به گسترش ارتباطات و تحرکات اجتماعی که سبب حضور مردم در محدوده جغرافیایی گسترده‌تر شده، وجود یک نام مناسب و مصطلح برای کسی که در شبکه وسیعی از ارتباطات و روابط اجتماعی خواهان نقش است، الزامی است. نامی که انسان با آن مورد خطاب واقع می‌شود، حکایت از هویت اجتماعی و شکل‌گیری شخصیتی و اعلام موجودیت ما در جامعه دارد. در بعد اجتماعی نام خلاصه‌ای از شخصیت فرد است که با انعکاس کما بیش عملی خود، قضاوت جامعه را نسبت به شخص می‌طلبد (بخشوده، ۱۳۷۹).

نام به عنوان کلمه یا مجموعه‌ای از کلمات که هویت خاصی را در تمامیتش نشان می‌دهد، بدون این که ضرورتاً به کیفیت ویژه‌ای از آن هویت اشاره کند، مقوله‌ای است که از دیدگاه‌های مختلف مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. زبان‌شناسی، علم اشتقاق لغات، معناشناسی و روان‌شناسی هر یک از زاویه‌های متفاوتی در خصوص نام بحث کرده و زوایایی از فرایند نامیدن را نشان داده‌اند. علوم اجتماعی هم به نوبه خود در خصوص فرایند مذکور به ویژه نام‌گذاری افراد و اشخاص عرصه‌هایی را توسعه داده است. از این میان نام‌گذاری افراد و امکان موضوعی است که بیش از سایر موضوعات در علوم اجتماعی مورد بحث قرار گرفته است. نام‌گذاری مانند هر عمل دیگر، در زمینه اجتماعی و فرهنگی معینی انجام می‌شود و از این مؤلفه تأثیر می‌پذیرد. همچنین مانند هر عمل دیگری از گرایش‌ها و انگیزه‌های روانی تأثیر می‌پذیرد (جوادی، ۱۳۹۸). لذا هدف پژوهش حاضر بررسی عوامل مؤثر بر نام‌گذاری نوزاد توسط والدین در شهرستان قاین می‌باشد.

روش پژوهش

روش این پژوهش از نوع توصیفی بوده و جمع‌آوری داده‌ها به صورت میدانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را مراجعین بخش صدور شناسنامه نوزاد اداره ثبت احوال شهرستان قاین، تشکیل می‌دهد. جهت انتخاب نمونه، پژوهشگر در یک بازه زمانی دوماهه با مراجعه به اداره ثبت احوال شهرستان قاین، تعداد ۶۰ نفر را به عنوان نمونه انتخاب و با ۵۱ نفر مصاحبه انجام شد. مصاحبه انجام شده، ساختار یافته و شامل هشت سؤال مربوط به دلایل انتخاب نام پیشنهادی، میزان آشنایی والدین با نام انتخابی و تأثیر رسانه، مذهب، ملیت و ... بر انتخاب آن نام بود.



یافته‌های پژوهش

در این قسمت توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نام نوزاد، ترتیب تولد فرزند، جنسیت نوزاد، محل سکونت نوزاد، محل تولد پدر نوزاد، محل تولد مادر نوزاد، میزان تحصیلات پدر نوزاد، میزان تحصیلات مادر نوزاد، سال تولد پدر نوزاد، سال تولد مادر نوزاد و علت انتخاب نام نوزاد ارائه شده است.

جدول ۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب نام نوزاد

نام	فراوانی	درصد	نام	فراوانی	درصد
یلدا	۱	۱/۹۶	حسین	۲	۴
نازگل	۱	۱/۹۶	پارسین	۲	۳/۹۲
سدنا	۱	۱/۹۶	مه‌رسام	۱	۱/۹۶
الهام	۱	۱/۹۶	امیرصدرا	۱	۱/۹۶
یگانه	۱	۱/۹۶	امیررضا	۱	۱/۹۶
مهلا	۱	۱/۹۶	محمد مهدی	۱	۱/۹۶
زینب	۱	۱/۹۶	صدرا	۱	۱/۹۶
پانید	۱	۱/۹۶	علی	۴	۷/۸۴
رها	۱	۱/۹۶	فرامرز	۱	۱/۹۶
مهدیس	۱	۱/۹۶	حامد	۱	۱/۹۶
ارادخت	۱	۱/۹۶	رضا	۱	۱/۹۶
فاطمه	۱	۱/۹۶	ضیاءالله	۱	۱/۹۶
ملیکا	۱	۱/۹۶	فرزین	۱	۱/۹۶
فریبا	۱	۱/۹۶	محمد	۱	۱/۹۶
زهرا	۱	۱/۹۶	محمدحسن	۱	۱/۹۶
مهناز	۱	۱/۹۶	امیرعلی	۱	۱/۹۶
سوگند	۱	۱/۹۶	آرمان	۱	۱/۹۶
ویدا	۱	۱/۹۶	محمدعرفان	۱	۱/۹۶
حلما	۱	۱/۹۶	فرهاد	۱	۱/۹۶
راهیل	۱	۱/۹۶	محمد صالح	۱	۱/۹۶
النا	۱	۱/۹۶	مرتضی	۱	۱/۹۶
سنا	۱	۱/۹۶	محمدسیحان	۱	۱/۹۶
			محمدطاها	۱	۱/۹۶
			کورش	۱	۱/۹۶

جدول ۱ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب نام نوزاد، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر، بیشترین فراوانی پاسخگویان با میزان ۱۵/۶۸ درصد (۸ نفر) مربوط به

اسم علی و ترکیبات و معادل آن و ۱۳/۷۲ درصد (۷ نفر) مربوط به اسم محمد و ترکیبات آن می‌باشد.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب ترتیب تولد فرزند

درصد	فراوانی	ترتیب تولد فرزند
۴۵/۰۸	۲۳	فرزند اول
۲۹/۴	۱۵	فرزند دوم
۲۳/۵۳	۱۲	فرزند سوم
۱/۹۶	۱	فرزند چهارم
۱۰۰	۵۱	جمع

جدول ۲ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب ترتیب تولد فرزند، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر میزان ۴۵/۰۸ درصد (۲۳ نفر) فرزند اول و میزان ۲۹/۴ درصد (۱۵ نفر) فرزند دوم، میزان ۲۳/۵۳ درصد (۱۲ نفر) فرزند سوم و میزان ۱/۹۶ (۱ نفر) فرزند چهارم می‌باشد.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت نوزاد

درصد	فراوانی	جنسیت
۵۶/۸۴	۲۹	پسر
۴۳/۱۲	۲۲	دختر
۱۰۰	۵۱	جمع

با توجه به جدول ۳ میزان ۵۶/۸۴ درصد (۲۹ نفر) از پاسخگویان، جنسیت نوزاد آنان پسر و میزان ۴۳/۱۲ درصد (۲۲ نفر) از پاسخگویان جنسیت نوزاد آنان دختر می‌باشد.

جدول ۴- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل سکونت نوزاد

درصد	فراوانی	محل سکونت
۶۸/۶	۳۵	شهر
۳۱/۳۶	۱۶	روستا
۱۰۰	۵۱	جمع

با توجه به جدول ۴ میزان ۶۸/۶ درصد (۳۵ نفر) از پاسخگویان محل سکونت نوزاد شهر و میزان ۳۱/۳۶ درصد (۱۶ نفر) از پاسخگویان محل سکونت نوزاد روستا می‌باشد.

جدول ۵- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تولد پدر نوزاد

محل سکونت	فراوانی	درصد
شهر	۲۵	۴۹
روستا	۲۶	۵۰/۹۶
جمع	۵۱	۱۰۰

جدول ۵ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب محل تولد پدر نوزاد، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر، میزان ۴۹ درصد (۲۵ نفر) محل تولد پدر نوزاد شهر و ۵۰/۹۶ درصد (۲۶ نفر) محل تولد پدر نوزاد روستا می‌باشد.

جدول ۶- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تولد مادر نوزاد

محل سکونت	فراوانی	درصد
شهر	۲۴	۴۷/۰۷
روستا	۲۷	۵۲/۹۲
جمع	۵۱	۱۰۰

جدول ۶ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب محل تولد مادر نوزاد، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر، میزان ۵۲/۹۲ درصد (۲۷ نفر) محل تولد مادر نوزاد روستا و ۴۷/۰۷ درصد (۲۴ نفر) محل تولد مادر نوزاد شهر می‌باشد.

جدول ۷- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات پدر نوزاد

تحصیلات پدر	فراوانی	درصد
زیر دیپلم	۸	۱۵/۶۸
دیپلم	۲۱	۴۱/۱۶
فوق دیپلم	۱۰	۱۹/۶
لیسانس	۱۱	۲۱/۵۶
فوق لیسانس و بالاتر	۱	۱/۹۶
جمع	۵۱	۱۰۰

جدول ۷ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب میزان تحصیلات پدر نوزاد، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر، میزان ۴۱/۱۶ درصد (۲۱ نفر) تحصیلات پدر نوزاد دیپلم، میزان ۲۱/۵۶ درصد (۱۱ نفر) تحصیلات پدر نوزاد لیسانس، میزان ۱۹/۶ درصد (۱۰ نفر) تحصیلات پدر نوزاد فوق دیپلم، میزان ۱۵/۶۸ درصد (۸ نفر) تحصیلات پدر نوزاد زیر دیپلم و میزان ۱/۹۶ درصد (۱ نفر) تحصیلات پدر فوق لیسانس و بالاتر می‌باشد.

جدول ۸- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات مادر نوزاد

تحصیلات مادر	فراوانی	درصد
زیر دیپلم	۹	۱۷/۶۴
دیپلم	۲۶	۵۰/۹۶
فوق دیپلم	۴	۷/۸۴
لیسانس	۱۱	۲۱/۵۶
فوق لیسانس و بالاتر	۱	۱/۹۶
جمع	۵۱	۱۰۰

جدول ۸ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب میزان تحصیلات مادر نوزاد، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر میزان ۵۰/۹۶ درصد (۲۶ نفر) تحصیلات مادر نوزاد دیپلم، میزان ۲۱/۵۶ درصد (۱۱ نفر) تحصیلات مادر نوزاد لیسانس، میزان ۱۷/۶۴ درصد (۹ نفر) تحصیلات مادر نوزاد زیر دیپلم، میزان ۷/۸۴ درصد (۴ نفر) تحصیلات مادر نوزاد فوق دیپلم و میزان ۱/۹۶ درصد (۱ نفر) تحصیلات مادر فوق لیسانس و بالاتر می‌باشد.

جدول ۹- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سال تولد پدر نوزاد

سال تولد پدر	فراوانی	درصد
۱۳۵۶	۱	۱/۹۶
۱۳۵۹	۲	۳/۹۲
۱۳۶۱	۷	۱۳/۷۲
۱۳۶۲	۳	۵/۸۸
۱۳۶۳	۲	۳/۹۲
۱۳۶۵	۳	۵/۸۸
۱۳۶۶	۴	۷/۸۴
۱۳۶۷	۱	۱/۹۶
۱۳۶۸	۴	۷/۸۴
۱۳۶۹	۳	۵/۸۸
۱۳۷۰	۹	۱۷/۶۴
۱۳۷۲	۵	۹/۸
۱۳۷۳	۳	۵/۸۸
۱۳۷۴	۱	۱/۹۶
بیان نشده	۳	۵/۸۸
جمع	۵۱	۱۰۰

با توجه به جدول ۹ با عنوان سال تولد پدر نوزاد، میزان ۱۷/۶۴ درصد (۹ نفر) سال تولد پدر نوزاد (۱۳۷۰)، میزان ۱۳/۷۲ درصد (۷ نفر) از پاسخگویان سال تولد پدر نوزاد (۱۳۶۱)، میزان ۹/۸ درصد (۵ نفر) از پاسخگویان سال تولد پدر نوزاد (۱۳۷۲)، میزان ۷/۸۴ درصد (۴ نفر) از پاسخگویان به صورت برابر سال تولد پدر نوزاد (۱۳۶۶، ۱۳۶۸، ۱۳۶۹، ۱۳۷۳، ۱۳۶۲)، میزان ۳/۹۲ درصد (۲ نفر) به صورت برابر سال تولد پدر خانواده (۱۳۵۹، ۱۳۶۳) است و با میزان ۱/۹۶ درصد (۱ نفر) مربوط به سال‌های (۱۳۵۶، ۱۳۶۷، ۱۳۷۴) و میزان ۵/۸۸ درصد (۳ نفر) به این سؤال پاسخی نداده‌اند.

جدول ۱۰- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سال تولد مادر نوزاد

سال تولد مادر	فراوانی	درصد
۱۳۶۱	۱	۱/۹۶
۱۳۶۲	۱	۱/۹۶
۱۳۶۳	۱	۱/۹۶
۱۳۶۴	۱	۱/۹۶
۱۳۶۵	۳	۵/۸۸
۱۳۶۶	۵	۹/۸
۱۳۶۷	۴	۷/۸۴
۱۳۶۸	۲	۳/۹۲
۱۳۶۹	۱	۱/۹۶
۱۳۷۰	۲	۳/۹۲
۱۳۷۱	۲	۳/۹۲
۱۳۷۲	۳	۵/۸۸
۱۳۷۳	۷	۱۳/۷۲
۱۳۷۴	۴	۷/۸۴
۱۳۷۵	۴	۷/۸۴
۱۳۷۶	۵	۹/۸
۱۳۷۸	۱	۱/۹۶
بیان نشده	۴	۷/۸۴
جمع	۵۱	۱۰۰

با توجه به جدول ۱۰ با عنوان سال تولد مادر نوزاد، میزان ۱۳/۷۲ درصد (۷ نفر) سال تولد مادر نوزاد (۱۳۷۳)، میزان ۹/۸ درصد (۵ نفر) از پاسخگویان سال تولد مادر نوزاد (۱۳۶۶، ۱۳۷۶)، میزان ۷/۸۴ درصد (۴ نفر) از پاسخگویان سال تولد مادر نوزاد (۱۳۶۷، ۱۳۷۴، ۱۳۷۵)، میزان ۵/۸۸ درصد (۳ نفر) پاسخگویان سال تولد مادر نوزاد (۱۳۶۵، ۱۳۷۲)، میزان ۳/۹۲ درصد (۲ نفر) به صورت برابر سال تولد مادر نوزاد (۱۳۷۰، ۱۳۶۸)، ۱۳۷۱ (۱۳۷۱) است، میزان ۱/۹۶ درصد (۱ نفر) مربوط به سال‌های (۱۳۶۱، ۱۳۶۲، ۱۳۶۳، ۱۳۶۴، ۱۳۶۹، ۱۳۷۸) و میزان ۷/۸۴ درصد (۴ نفر) به این سؤال پاسخی نداده‌اند.

جدول ۱۱- توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب علت انتخاب نام نوزاد

علت انتخاب نام	فراوانی	درصد
گرایش‌های مذهبی	۲۱	۴۱/۱۶
خاص و تک بودن نام	۵	۹/۸
مناسبت‌های مذهبی	۳	۵/۸۸
تعیین نام توسط سایر فرزندان	۷	۱۳/۷۲
شباهت نام با نام فرزند قبلی خانواده	۲	۳/۹۲
تأکید بر اسامی ایران باستان	۱	۱/۹۶
تأثیر رسانه	۲	۳/۹۲
سهولت ادای نام	۳	۵/۸۸
به خاطر ارادت به شخص خاص	۶	۱۱/۷۶

جدول ۱۱ توزیع فراوانی پاسخگویان را بر حسب علت انتخاب نام نوزاد، نشان می‌دهد. از کل پاسخگویان مورد بررسی در نمونه حاضر میزان ۴۱/۱۶ درصد (۲۱ نفر) گرایش‌های مذهبی، میزان ۱۳/۷۲ درصد (۷ نفر) تعیین نام توسط سایر فرزندان، ۱۱/۷۶ درصد (۶ نفر) به خاطر ارادت به شخص خاص، ۹/۸ درصد (۵ نفر) خاص و تک بودن نام، میزان ۵/۸۸ درصد (۳ نفر) مناسبت‌های مذهبی و سهولت ادای نام، میزان ۳/۹۲ درصد (۲ نفر) شباهت نام با نام فرزند قبلی خانواده و تأثیر رسانه و میزان ۱/۹۶ درصد (۱ نفر) علت انتخاب فرزند آنها تأکید بر اسامی ایران باستان می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

نام‌گذاری افراد از جمله عوامل مهمی است که می‌توان ادعا کرد در تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی فرد یا جامعه مؤثر است. نام‌گذاری به دلیل نقشی که ایفا می‌کند، باعث تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عمیقی در عرصه اجتماعی افراد می‌گردد، بطوری که افراد دارای نام‌های خوب و زیبا و با مفاهیم عالی و متناسب با شخصیت‌های بزرگ علمی و دینی، همواره احساس غرور و افتخار نموده و در اجتماع با احساس آرامش و اعتماد به نفس حضور می‌یابند و برعکس کسانی که نام‌های نامناسب دارند، دچار عقده حقارت شده و دائماً از آن رنج می‌برند و احساس حقارت و کم‌خودبینی یکی از حالات بسیار بدی است که گاهی از دوران کودکی دامن‌گیر انسان می‌شود، لذا از جمله مظاهر زیبایی هر انسانی نام خوب و زیبایی وی می‌تواند باشد.

انتخاب نام نیک می‌تواند تابلو و نمادی برای نشان دادن خوبی‌ها و تشویق به کسب صفات پسندیده باشد. در مقابل، نام زشت نیز از آثار منفی غیرقابل انکاری برخوردار است. نام فرزند، یکی از نشانه‌هایی است که به وسیله آن می‌توان به معیارهای ارزش‌گذاری و سطح فرهنگ والدین پی‌برد (صالحان، ۱۳۹۸). وقتی ملتی نام‌هایی را برای پسران و دختران خود انتخاب می‌کند، در حقیقت بر مفاهیمی تکیه کرده است که به واسطه آن‌ها موضع خود را در برابر عدالت، زیبایی، آزادی و صدها مؤلفه اخلاقی، اعتقادی و اجتماعی دیگر نشان می‌دهد.

نتایج تحقیقات فلورنسکی (۱۹۹۰؛ به نقل از دانش و قربانی، ۱۳۹۶) نشان داد که افراد نام را برای دست یافتن به اهداف خاصی انتخاب می‌کنند. انتخاب بعضی از نام‌ها یک شخصیت قوی با ویژگی راست‌گویی، عدم خودخواهی، باز بودن در عمل، علاقمند به داشتن آوازه نیکو و با وقار را نشان می‌دهد که نشانگر شیوه تفکر و ارزش‌های افراد در طبقات مختلف را بازگو می‌کند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد، عوامل تأثیرگذار بر نام نوزاد به ترتیب گرایش‌های مذهبی، تعیین نام توسط سایر فرزندان، به خاطر ارادت به شخص خاص، خاص و تک بودن نام، مناسبت‌های مذهبی، سهولت ادای نام، شباهت نام با نام فرزند قبلی خانواده، تأثیر رسانه و تأکید بر اسامی ایران باستان می‌باشد.

از عوامل تأثیرگذار در نام‌گذاری، تقارن مناسبت‌های مذهبی با تولد نوزاد است. این عامل در گذشته بسیار قوی بوده و این تحقیق نشان می‌دهد که تا حدود زیادی قوت و قدرت خود را حفظ کرده است. زمان به دنیا آوردن فرزند هم یکی از متغیرهای مهم در نام‌گذاری است. بدین نحو که معمولاً کسانی که چند سال اول صاحب فرزند نمی‌شوند، پس از به دنیا آمدن فرزند نام مذهبی بر آن می‌گذارند. دلیلش هم این است که معمولاً در طول این سال‌های بی‌فرزندگی به شخصیت‌های مقدس مذهبی‌شان توسل می‌جویند و بنابراین طبیعی است که نام نوزادشان هم همانم شخص مورد توسل باشد. از مثال‌هایی که در این پژوهش می‌توان نام برد، تولد نوزاد

در ایام تولد و یا شهادت (اهل بیت علیه‌السلام بود) که نام فرزند خود را علی و یا محمد و... گذاشتند.

از عوامل تاثیرگذار دیگر، خاص و تک بودن اسم است. این موضوع در این پژوهش نیز مورد تایید قرار گرفت به گونه‌ای که ۵ نفر از والدین اذعان داشتند که دنبال اسمی بوده‌اند که در بین فامیل و آشنایان‌شان نبوده و به نوعی اسم تک یا خاص محسوب شود.

بررسی نامی که فرد برای نامیدن نوزاد خود انتخاب می‌کند، می‌تواند بیانگر روحیه فردگرایی یا جمع‌گرایی او نیز باشد. در گذشته افراد نام‌های رایج به خصوص نام‌های مطرح مذهبی را انتخاب می‌کردند و برایشان مطرح نبود که آن نام در فامیل نزدیک آنها نیز وجود دارد، ولی امروزه روند نام‌گذاری بر عکس شده. به خصوص خانواده‌های جوان سعی می‌کنند، نامی انتخاب کنند که حداقل در میان فامیل نزدیک وجود نداشته باشد. بدین ترتیب فرد با انتخاب نام‌های متفاوت، متفاوت بودن خود را با دیگران به نمایش می‌گذارد.

یکی از نکاتی که قابل ملاحظه است، این است که نحوه نام‌گذاری فرزندان تا حد زیادی نسبت به گذشته تغییر کرده است. مواردی از جمله نام‌گذاری توسط پدربزرگ‌ها و افراد با نفوذ فامیل، بازکردن قرآن و انتخاب نام از طریق آن، گذاشتن نام به منظور نگه داشتن نام جد یا پدربزرگ یا مادربزرگ و ... به ندرت باقی مانده است. اغلب با توافق همسر و حتی عده‌ای با حساسیت، ماه‌ها قبل از تولد فرزند در کتاب و روزنامه و ... به دنبال اسم زیبا برای فرزندشان هستند. والدین فاکتورهایی نظیر: تازگی، زیبایی، خوش‌آهنگی، منحصر به فرد بودن، معنای عالی داشتن، بیان باور و اندیشه‌های دینی و مذهبی و ... را با انگیزه‌های نهایی خود در امر انتخاب نام دخالت می‌دهند.

منابع

- بخشوده، ابراهیم (۱۳۷۹). فرهنگ نام‌گذاری، تهران: انتشارات محقق.
- جوادی، سیده خدیجه (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی نام‌گذاری فرزندان با محوریت تأثیر آموزه‌های دینی بر عوامل مذهبی، اجتماعی، تاریخی و زیباشناختی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، دانشکده علوم قرآنی آمل.
- حرعاملی، محمد بن حسن بن علی بن محمد بن حسین (۱۴۰۹). وسائل‌الشیعه، چاپ اول، قم: مؤسسه آل‌البیت علیهم‌السلام.
- دانش، یونس و قربانی، علی‌اکبر (۱۳۹۶). بررسی عوامل اجتماعی فرهنگی مؤثر بر نام‌گزینی کودکان توسط خانواده‌های ایرانی (مطالعه موردی استان هرمزگان). دو فصلنامه مشارکت و توسعه اجتماعی، شماره ۵، ص ۸۷-۱۰۹.
- رجب‌زاده، احمد (۱۳۷۳). تحلیل اجتماعی نام‌گذاری، تهران: نشر روش.
- زندی، بهمن و میرمکری، منیژه (۱۳۹۶). روند نام‌گذاری فرزندان در شهر مهاباد از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی. فصلنامه مطالعات زبان‌ها و گویش‌های غرب ایران، سال پنجم، شماره ۱۹، ص ۱-۱۸.
- شاه‌ناصری، شادی (۱۳۹۶). بررسی تناوب‌های جدید در نام‌گذاری کودکان ایرانی بر اساس رویکرد نشانه‌ای. نشریه پژوهش‌های زبان‌شناسی تطبیقی، سال هفتم، شماره ۱۳، ص ۲۰۱-۲۱۲.
- شعبان‌دخت، علی‌اصغر (۱۳۹۰). تربیت کودک از منظر آموزه‌های دینی، قم: نشر مشهور.
- صالحان، جعفر (۱۳۹۸). سلوک با فرزند، تهران: انتشارات تراث.
- صالحان، حسنیه (۱۴۰۰). اهمیت انتخاب نام نیک برای فرزندان. ره توشه، شماره ۵، ص ۲۶۹-۲۷۵.
- طیب، محمدتقی و علی‌نژاد، بتول (۱۳۸۲). بررسی گرایش‌های جدید نام‌گذاری در اصفهان از دیدگاه زبان‌شناسی. مجله علمی-پژوهشی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان، دوره دوم، شماره ۳۲-۳۳، ص ۲۳-۵۸.

- عبدی، عباس (۱۳۷۶). تحول نام‌گذاری کودکان تهرانی. تهران: نشر حنا.
- عزیزیان، علی (۱۳۹۷). بررسی نام‌های ایرانی با ترکیب دینی در دوره ایران باستان. فصلنامه علمی پژوهشی تاریخ، دوره چهارم، شماره ۱۵، ص ۱۶۳-۱۸۵.
- فرید، مرتضی (۱۳۷۷). روایات تربیتی از مکتب اهل بیت. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- فیاض‌بخش، محمدتقی (۱۳۹۰). کرامات نفس در تربیت کودک. تهران: ناشر فردا.
- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۴ق). بحارالانوار، بیروت: مؤسسه الوفاء.
- منصوری، مهرزاد (۱۳۸۹). تحلیل بسامدی هجا در اسامی زنان و مردان در ایران. پژوهش‌های زبان‌شناسی، سال دوم، شماره اول، ص ۲۳-۵۱.
- میرخلیل‌زاده ارشادی، بابک (۱۳۸۲). مقایسه تنوع نام‌های زنان و مردان ایرانی. مجله زبان‌شناسی، سال دهم، شماره ۲، ص ۱۲-۲۸.
- میرشکاری، عباس و فراهانی، سیدجواد (۱۳۹۵). حق کودک بر نام. دو فصلنامه مطالعات حقوق بشر اسلامی، سال پنجم، شماره ۱۰، ص ۸۵-۱۵۱.
- نجاتی حسینی، سید محمود و افشار، سمیه (۱۳۸۸). تحول نام‌گذاری فرزندان در شهر تهران. پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۳، ص ۱۴۱-۱۵۸.
- Fryer, R. and Levitt S. (2012). The causes and consequences of distinctively black names. Stanford: Stanford University Press.
- Kostakis, A. (2010). Vestige theory: Sociolinguistic evidence for output-output constraints. *Lingua*. 120 (10), 2476-2494.
- Laham, Simon M. .Koval, Peter. Alter, Adam L (2012) . The name-pronunciation effect: Why people like Mr. Smith more than Mr. Colquhoun. *Journal of Experimental Social Psychology*, 48(3), 752-756