

The Interaction of National and Ethnic Identity in Naming Children: A Case Study of Persian-speaking and Turkish-speaking Families in Hamedan

Elham Izadi¹

Abstract

This study aims to investigate naming patterns and the factors influencing the choice of Turkish and Persian names among Iranian families. The present study employed a mixed-method approach (quantitative-qualitative) with the participation of 70 parents of young children from different districts of Hamedan. Research instruments included a researcher-made questionnaire and semi-structured interviews, and the collected data were analyzed using SPSS and MAXQDA software. The findings revealed that Persian names account for the largest share of child naming at 64%, while Turkish names rank second at 26%. Data analysis indicated significant differences in naming preferences based on gender and educational level, with women and more educated individuals showing a greater tendency to choose Turkish names. Among the motivations for name selection, "preserving cultural identity" was identified as the most important factor at 38%. The results of this study suggest that naming in Hamedan today reflects the complex interaction between national and ethnic identity. In addition to confirming previous findings on the role of names as identity markers, this research emphasizes the need for cultural policymakers to pay attention to these developments. The findings of this study can serve as a basis for broader research in the fields of sociolinguistics and identity studies.

Keywords: Naming, Ethnic Identity, Turkish Names, Persian Names, Sociolinguistics.

¹ PhD in Linguistics, Bu-Ali Sina University; Postdoctoral Researcher, Iran National Science Foundation (INSF) e.izadi@alumni.basu.ac.ir

تعامل هویت ملی و قومی در نام گذاری فرزندان: مطالعه موردی خانواده‌های فارسی زبان و ترکی زبان همدان

الهام ایزدی^۱

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی الگوهای نام‌گذاری و عوامل مؤثر بر انتخاب نام‌های ترکی و فارسی در میان خانواده‌های ایرانی انجام شده است. مطالعه حاضر با استفاده از روش ترکیبی (کمی-کیفی) و با مشارکت ۷۰ نفر از والدین کودکان خردسال در مناطق مختلف همدان اجرا گردید. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه محقق ساخته و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود که داده‌های حاصل با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و MAXQDA تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که نام‌های فارسی با ۶۴ درصد بیشترین سهم را در نام‌گذاری فرزندان دارند، در حالی که نام‌های ترکی با ۲۶ درصد در رتبه دوم قرار می‌گیرند. تحلیل داده‌ها وجود تفاوت‌های معناداری را در ترجیحات نام‌گذاری بر اساس جنسیت و سطح تحصیلات نشان داد. به طوری که زنان و افراد با تحصیلات بالاتر تمایل بیشتری به انتخاب نام‌های ترکی از خود نشان دادند. از میان انگیزه‌های انتخاب نام، «حفظ هویت فرهنگی» با ۳۸ درصد مهم‌ترین عامل شناخته شد. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که نام‌گذاری در همدان امروز، بازتابی از تعامل پیچیده بین هویت ملی و قومی است. این پژوهش علاوه بر تأیید یافته‌های مطالعات پیشین درباره نقش نام‌ها به عنوان نشانگرهای هویتی، بر ضرورت توجه سیاست‌گذاران فرهنگی به این تحولات تأکید می‌کند. یافته‌های این تحقیق می‌تواند مبنایی برای مطالعات گسترده‌تر در حوزه جامعه‌شناسی زبان و هویت قرار گیرد.

کلمات کلیدی: نام‌گذاری، هویت قومی، نام‌های ترکی، نام‌های فارسی، جامعه‌شناسی زبان

۱- مقدمه

نام‌ها به عنوان نخستین نشانه‌های هویت فردی و اجتماعی، بازتابی از ارزش‌ها، باورها و جهت‌گیری‌های فرهنگی یک جامعه محسوب می‌شوند. در جوامع چندفرهنگی مانند ایران، انتخاب نام فرزندان فرآیندی پیچیده است که تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله هویت قومی، تعلقات مذهبی، تحولات تاریخی و حتی سیاست‌های زبانی قرار دارد. این انتخاب نه تنها یک تصمیم شخصی، بلکه پدیده‌ای اجتماعی است که می‌تواند نشان‌دهنده تحولات هویتی در سطح کلان باشد.

^۱ دکتری زبان‌شناسی و پژوهشگر پسا دکتری بنیاد ملی علم ایران، دانشگاه بوعلی سینا e.izadi@alumni.basu.ac.ir

از منظر نظریه‌های جامعه‌شناسی زبان، نام‌گذاری به عنوان یک کنش زبانی، واجد ابعاد نمادین و قدرت‌مند است (بوردیو؛ ۱۹۹۱). به اعتقاد فیشمن^۲ (۱۹۹۹)، انتخاب نام‌های خاص می‌تواند هم بیانگر مقاومت هویتی و هم نشان‌دهنده فرآیندهای همگون‌سازی فرهنگی باشد. در ایران، با وجود تنوع قومی و زبانی چشمگیر، مطالعه الگوهای نام‌گذاری می‌تواند به درک بهتر پویایی‌های هویتی کمک شایانی کند. هدف اصلی این پژوهش، بررسی تطبیقی الگوهای نام‌گذاری در بین خانواده‌های فارسی‌زبان و ترکی‌زبان در همدان است. به طور خاص، این مطالعه به دنبال پاسخگویی به این سوالات است که نام‌های ترکی یا فارسی نشان‌دهنده کدام جهت‌گیری‌های هویتی خاصی است؟ چه عواملی (اجتماعی، فرهنگی، سیاسی) بر انتخاب این نام‌ها تأثیر می‌گذارند؟ و تغییرات در الگوهای نام‌گذاری به کدام تحولات هویتی گسترده‌تر مرتبط است؟

چارچوب نظری این پژوهش تلفیقی از رویکردهای تحلیل گفتمان انتقادی (فرکلاف؛ ۱۹۹۵) و مطالعات هویت زبانی (جوزف؛ ۲۰۰۴) است. یافته‌های این مطالعه می‌تواند به درک بهتر رابطه بین زبان، قدرت و هویت در جوامع چندفرهنگی کمک کند و برای سیاست‌گذاران فرهنگی و زبانی مفید واقع شود.

۲- پیشینه پژوهش

۲-۱- مطالعات بین‌المللی

مطالعات متعددی در سطح جهانی به بررسی رابطه بین نام‌گذاری و هویت پرداخته‌اند. بوردیو (۱۹۹۱) در نظریه سرمایه نمادین خود نشان داده که انتخاب نام‌ها بازتابی از موقعیت اجتماعی و منزلت خانوادگی است. فیشمن (۱۹۹۹) نیز در پژوهش‌های خود درباره هویت زبانی تأکید کرده که نام‌ها می‌توانند به عنوان نشانگرهای قوی هویت قومی عمل کنند. جوزف (۲۰۰۴) با بررسی موارد مختلف نشان داده که در جوامع چندفرهنگی، نام‌گذاری اغلب به عرصه‌ای برای مبارزات هویتی تبدیل می‌شود.

۲-۲- پژوهش‌های ایرانی - تطبیقی

پژوهش‌های تطبیقی در شهرهای مختلف ایران، الگوهای متفاوت اما قابل مقایسه‌ای را نشان می‌دهند. نیکوروش، قریشی و امامی (۱۴۰۲) در بررسی نام‌گذاری در بیرجند (جامعه‌ای با غالبیت فارسی‌زبان) نشان دادند که نام‌های مذهبی از ۹۲ درصد در دهه هفتاد به ۷۳ درصد در دهه نود کاهش یافته و نام‌های ملی از ۷ درصد به ۱۹ درصد افزایش داشته است. از سوی دیگر، محمدزاده، احمدی و نجمی (۱۴۰۳) در مطالعه خود در سقز (جامعه‌ای با حضور پررنگ هویت کردی) نشان دادند که نام‌های کردی برای دختران در دهه نود به ۴۰ درصد رسیده و نام‌های عربی روند کاهشی چشمگیری داشته است (صص ۴۱-۴۲). این یافته‌ها حاکی از آن است که الگوهای نام‌گذاری در مناطق مختلف ایران، تحت تأثیر ترکیب خاصی از هویت ملی، قومی و مذهبی قرار دارد. علاوه بر این، پژوهشی مستقل توسط جهاد دانشگاهی در کرمانشاه (حامد،

¹ Bourdieu

² Fishman

³ Fairclough

⁴ Joseph

گراوندی و پشنگ، بی‌تا) با عنوان «نامگذاری فرزندان در شهر کرمانشاه و راهکارهای اشاعه و رواج نام نیک» نشان داد که والدین کرمانشاهی به سه دسته تاریخی گرا (گرایش به نام‌های باستانی)، مذهبی‌گرا و مدرن‌گرا تقسیم می‌شوند. این سه‌گانه نگرشی، مؤید پیچیدگی فرایند نام‌گذاری در جوامع چندفرهنگی ایران است و ضرورت توجه به هر دو بعد هویت ملی و قومی را نشان می‌دهد.

۳- مبانی نظری

۳-۱- نام‌گذاری به مثابه کنش اجتماعی

بر اساس نظریه کنش اجتماعی، انتخاب نام برای فرزندان فرآیندی صرفاً فردی نیست، بلکه عملی اجتماعی است که در بستر ساختارهای فرهنگی و هنجارهای جامعه صورت می‌گیرد (بورديو، ۱۹۹۱). از این منظر، نام‌ها نه تنها ابزارهای شناسایی فردی، بلکه نشانگرهای موقعیت اجتماعی و تعلقات گروهی هستند.

۳-۲- هویت زبانی و نام‌گذاری

فیشمن (۱۹۹۹) بر این باور است که نام‌ها یکی از مهم‌ترین شاخص‌های هویت زبانی و قومی محسوب می‌شوند. در جوامع چندزبانی مانند ایران، انتخاب نام‌های خاص می‌تواند بیانگر تمایل به حفظ یا تقویت هویت قومی باشد. محمدرزاده و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهش خود در شهرستان سقز نشان دادند که اسامی کردی و فارسی در دهه‌های اخیر رشد چشمگیری داشته و اسامی عربی روند کاهشی یافته است. به اعتقاد آنان، این تغییرات را می‌توان نشانه‌ای از گرایش به هویت‌های قومی و محلی در کنار هویت ملی تفسیر کرد. طیب و علینژاد (۱۳۸۲) در پژوهش خود درباره روندهای جدید نام‌گذاری در اصفهان نشان دادند که نام‌های مذهبی همچنان بیشترین فراوانی را دارند، اما گرایش به نام‌های ملی (ایرانی) به ویژه برای دختران در حال افزایش است (صص ۴۵-۴۷). این یافته مؤید آن است که در مناطق مختلف ایران، تعامل میان هویت مذهبی و ملی در حال دگرگونی است.

۳-۳- قدرت نمادین و نام‌ها

بورديو (۱۹۹۱) مفهوم قدرت نمادین را برای تحلیل رابطه بین زبان و قدرت مطرح کرده است. از این دیدگاه، نام‌های فارسی در ایران به عنوان بخشی از گفتمان مسلط عمل می‌کنند و نام‌های قومی ممکن است به حاشیه رانده شوند. نجاتی حسینی و افشار (۱۳۸۸) در مطالعه خود درباره نام‌گذاری در تهران نشان دادند که عوامل ساختاری مانند سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی، همواره در جهت‌گیری نام‌ها مؤثر بوده‌اند. به گونه‌ای که در دوره انقلاب، نام‌های اسلامی-سنتی غالب و در دوره اصلاحات، نام‌های ایرانی-مدرن افزایش یافته است.

۳-۴- تحلیل گفتمان و نام‌گذاری

رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی فیشمن (۱۹۹۵) ابزار مناسبی برای بررسی نام‌گذاری به عنوان یک پدیده گفتمانی است. این رویکرد نشان می‌دهد که چگونه گفتمان‌های مسلط بر انتخاب نام‌ها تأثیر می‌گذارند.

۳-۵- چندفرهنگ‌گرایی و نام‌گذاری

جوزف (۲۰۰۴) بر رابطه پیچیده بین چندفرهنگ‌گرایی و هویت‌های زبانی تأکید دارد. در این چارچوب، نام‌گذاری می‌تواند هم بیانگر تنوع فرهنگی و هم نشانه‌ای از تنش‌های هویتی باشد. طالب‌زاده شوشتری و همکاران (۱۴۰۱) در مطالعه کیفی خود نشان دادند که والدین امروزه در انتخاب نام، ترکیبی از عوامل مذهبی، ملی و شخصی را در نظر می‌گیرند و نام‌ها می‌توانند بازتاب‌دهنده هم‌زمان تعلقات هویتی چندگانه باشند (صص ۴۲-۴۳).

۳-۶- تحولات تاریخی نام‌گذاری

بررسی تاریخی نام‌ها نشان می‌دهد که الگوهای نام‌گذاری تحت تأثیر تحولات سیاسی و اجتماعی قرار داشته‌اند (نجاتی حسینی و افشار، ۱۳۸۸). بررسی‌های تجربی در شهرهای مختلف ایران نشان می‌دهد که پس از انقلاب اسلامی، نام‌های مذهبی ابتدا افزایش یافت، اما از دهه هشتاد به بعد، نام‌های ملی و قومی روند صعودی داشته‌اند. نیکوروش، قریشی و امامی (۱۴۰۲) در بیرجند و محمدزاده و همکاران (۱۴۰۳) در سقز هر دو به این الگوی تغییر اشاره کرده‌اند؛ به طوری که در دهه نود، نام‌های مذهبی در بیرجند به ۳۵-۳۸ درصد کاهش و نام‌های ملی به ۳۷-۵۵ درصد افزایش یافته است (نیکوروش و همکاران، ۱۴۰۲: ۲۲۵-۲۲۶؛ محمدزاده و همکاران، ۱۴۰۳: ۴۴-۴۵).

۳-۷- نام‌گذاری و تحولات اجتماعی

پژوهش‌های تجربی نشان می‌دهد که پس از انقلاب اسلامی، گرایش به نام‌های مذهبی افزایش یافت، اما در سال‌های اخیر شاهد تنوع بیشتری در نام‌ها هستیم (نجاتی حسینی و افشار، ۱۳۸۸؛ نیکوروش و همکاران، ۱۴۰۲).

با وجود مطالعات ارزشمند موجود، چندین خلأ پژوهشی قابل شناسایی است. اولاً، بیشتر پژوهش‌های موجود به صورت موردی و محدود به یک منطقه خاص انجام شده‌اند. ثانیاً، تحلیل عمیق‌تری از انگیزه‌های خانواده‌ها در انتخاب نام‌های خاص مورد نیاز است. ثالثاً، تأثیر متغیرهای جدیدی مانند فضای مجازی بر الگوهای نام‌گذاری کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

با بررسی پیشینه پژوهش می‌توان دریافت که اگرچه مطالعات متعددی درباره نام‌گذاری انجام شده، اما کمتر پژوهشی به صورت نظام‌مند به مقایسه نام‌های ترکی و فارسی با رویکردی جامعه‌شناختی پرداخته است. نوآوری این پژوهش در چند مورد است: اول اینکه استفاده از چارچوب نظری تلفیقی که هم بعد زبانی و هم بعد اجتماعی نام‌گذاری را پوشش می‌دهد. نکته دوم، بررسی هم‌زمان داده‌های کمی و کیفی که به درک عمیق‌تر پدیده کمک می‌کند. سوم، توجه به تأثیر عوامل جدیدی مانند شبکه‌های اجتماعی بر الگوهای نام‌گذاری که در پژوهش‌های قبلی کمتر مورد توجه قرار گرفته بود. در این پژوهش مد نظر قرار گرفته است.

۴- روش‌شناسی

این پژوهش با استفاده از دو ابزار اصلی پرسشنامه محقق‌ساخته و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شده است. پرسشنامه پژوهش شامل سه بخش اصلی بوده است: بخش اول به اطلاعات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان،

بخش دوم به بررسی ترجیحات نام‌گذاری و بخش سوم به انگیزه‌ها و عوامل مؤثر بر انتخاب نام اختصاص یافته است. روایی پرسشنامه از طریق روایی محتوایی با نظرخواهی از متخصصان و پایایی آن با محاسبه آلفای کرونباخ ($\alpha = 0.87$) تأیید شده است.

مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۳۰ نفر از والدین و متخصصان حوزه علوم اجتماعی انجام شده که به صورت هدفمند انتخاب شدند. داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ و آزمون‌های آماری مناسب تحلیل شده‌اند. داده‌های کیفی مصاحبه‌ها نیز پس از پیاده‌سازی، با روش تحلیل مضمون و با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. ترکیب این دو روش گردآوری داده، امکان افزایش اعتبار یافته‌های پژوهش را فراهم کرده است.

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی از نوع ترکیبی (کمی-کیفی) است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه والدین ساکن در شهر همدان است که حداقل یک فرزند زیر ۱۰ سال دارند. با توجه به ماهیت اکتشافی پژوهش و محدودیت‌های زمانی، از روش نمونه‌گیری هدفمند^۱ استفاده شد. بر اساس معیارهای «دسترسی جغرافیایی»، «تمایل به مشارکت» و «خوداظهاری زبانی» (ترکی یا فارسی بودن زبان مادری)، ۷۰ نفر از والدین در مناطق مرکزی، شمالی و جنوبی شهر همدان انتخاب شدند.

با توجه به اینکه روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و نه تصادفی طبقه‌ای انجام شده، امکان سوگیری انتخابی آدر نتایج وجود دارد. همچنین حجم نمونه (۷۰ نفر) برای تعمیم نتایج به کل جامعه ترکی‌زبان و فارسی‌زبان همدان کافی نیست. از این رو، یافته‌های این پژوهش را باید به عنوان شواهدی مقدماتی تلقی کرد که نیازمند تأیید در مطالعات با نمونه بزرگ‌تر و روش تصادفی است.

۵- تحلیل داده‌ها

۵-۱- تحلیل توصیفی جامع ویژگی‌های دموگرافیک

تحلیل ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان نشان‌دهنده ترکیب متنوعی از نظر جنسیت، سن و سطح تحصیلات است. همانطور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، توزیع جنسیتی شرکت‌کنندگان تقریباً متعادل بوده، با ۵۷ درصد زن و ۴۳ درصد مرد. این تعادل جنسیتی امکان مقایسه‌های معنادار بین ترجیحات نام‌گذاری زنان و مردان را فراهم کرده است.

متغیر	گروه‌بندی	فراوانی	درصد	توضیحات تکمیلی
جنسیت	زن	۴۰	۵۷٪	اکثریت نسبی
	مرد	۳۰	۴۳٪	اقلیت قابل توجه

¹ Purposive Sampling

² Selection Bias

تعامل هویت ملی و قومی در نام گذاری فرزندان: مطالعه موردی .../۳۵

رده سنی	۲۵-۳۴ سال	۳۲	۴۶٪	جوان ترین گروه
	۳۵-۴۴ سال	۲۸	۴۰٪	گروه میانی
	۴۵ سال به بالا	۱۰	۱۴٪	مسن ترین گروه
سطح تحصیلات	دیپلم و زیر دیپلم	۱۵	۲۱٪	پایین ترین سطح
	کارشناسی	۳۸	۵۴٪	سطح متوسط
	کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۷	۲۵٪	بالاترین سطح

جدول ۱- توزیع جامع ویژگی‌های دموگرافتی شرکت‌کنندگان

۵-۲- تحلیل عمیق الگوهای نام‌گذاری

بررسی دقیق داده‌ها نشان می‌دهد که الگوهای نام‌گذاری از تنوع فرهنگی قابل توجهی برخوردار است. همانطور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، نام‌های فارسی با ۶۴ درصد همچنان بیشترین سهم را در انتخاب نام دارند، اما نام‌های ترکی نیز با ۲۶ درصد سهم قابل توجهی را به خود اختصاص داده‌اند. این توزیع نشان‌دهنده تعامل پیچیده بین هویت ملی و قومی در جامعه ایران است.

نوع نام	تعداد	درصد	مثال‌های بارز	ویژگی‌های فرهنگی
فارسی	۴۵	۶۴٪	آرتا، آوا، بردیا	بازتاب هویت ملی
ترکی	۱۸	۲۶٪	آلتای، دنیز، آذین	تأکید بر هویت قومی
سایر	۷	۱۰٪	یاسمین، سارا	بین‌المللی یا مذهبی

جدول ۲- توزیع فراوانی انواع نام‌های انتخاب شده

۵-۳- تحلیل چندبعدی انگیزه‌های انتخاب نام

تحلیل عمیق مصاحبه‌ها و پاسخ‌های پرسشنامه نشان می‌دهد که انگیزه‌های انتخاب نام بسیار پیچیده و چندبعدی است. همانطور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، عوامل مختلفی از حفظ هویت فرهنگی تا ملاحظات زیبایی‌شناختی در این انتخاب نقش دارند. جالب توجه است که عامل حفظ هویت فرهنگی با ۳۸ درصد بیشترین سهم را در انگیزه‌های انتخاب نام داشته است.

انگیزه اصلی	تعداد	درصد	نمونه نقل قول‌ها	تحلیل روان‌شناختی
حفظ هویت فرهنگی	۲۷	۳۸٪	می‌خواستم فرزندم با ریشه فرهنگی‌ام آشنا باشد	نیاز به تعلق و هویت

زیبایی و تلفظ	۲۰	۲۹٪	نامی می‌خواستم که خوش‌آهنگ باشد	ملاحظات زیبایی‌شناختی
معنا و مفهوم	۱۳	۱۸٪	معنای عمیق نام برایم مهم بود	ارزش‌های نمادین
تأثیر خانواده	۷	۱۰٪	به توصیه پدر بزرگ انتخاب شد	پیوندهای خانوادگی
سایر دلایل	۳	۵٪	به خاطر یک شخصیت مشهور	تأثیرات خارجی

جدول ۳- تحلیل انگیزه‌های انتخاب نام

۵-۴- تحلیل تفصیلی تفاوت‌های جنسیتی

بررسی دقیق تفاوت‌های جنسیتی در انتخاب نام‌ها نتایج جالب‌توجهی را نشان می‌دهد. همانطور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، زنان تمایل بیشتری به نام‌های ترکی نشان داده‌اند (۳۳ درصد در مقابل ۱۷ درصد مردان). این تفاوت از نظر آماری معنادار است ($p < 0.05$) و می‌توان آن را با نظریه‌های جامعه‌شناسی جنسیت که بر ارتباط قوی‌تر زنان با میراث فرهنگی تأکید دارند، تبیین کرد.

شاخص	زنان (۴۰ نفر)	مردان (۳۰ نفر)	تفاوت درصدی	تحلیل تفاوت
نام‌های فارسی	۲۲ (۵۵٪)	۲۳ (۷۷٪)	-۲۲٪	تمایل بیشتر مردان
نام‌های ترکی	۱۳ (۳۳٪)	۵ (۱۷٪)	+۱۶٪	تمایل بیشتر زنان
سایر نام‌ها	۵ (۱۲٪)	۲ (۶٪)	+۶٪	تفاوت ناچیز

جدول ۴- مقایسه تفصیلی ترجیحات نام‌گذاری بر اساس جنسیت

۵-۵- تحلیل تأثیر سطح تحصیلات

بررسی رابطه بین سطح تحصیلات و ترجیحات نام‌گذاری نتایج قابل تأملی را نشان می‌دهد. همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، افراد با تحصیلات بالاتر تمایل بیشتری به انتخاب نام‌های ترکی نشان داده‌اند. این یافته را می‌توان با نظریه سرمایه فرهنگی بورديو (۱۹۹۱) تبیین کرد که بر آگاهی بیشتر تحصیل‌کردگان از هویت فرهنگی تأکید دارد.

سطح تحصیلات	نام‌های فارسی	نام‌های ترکی	سایر نام‌ها	تحلیل
دیپلم و زیر دیپلم (۱۵ نفر)	۱۲ (۸۰٪)	۲ (۱۳٪)	۱ (۷٪)	تمایل شدید به فارسی
کارشناسی (۳۸ نفر)	۲۵ (۶۶٪)	۱۰ (۲۶٪)	۳ (۸٪)	تنوع بیشتر

کارشناسی ارشد و بالاتر (۱۷ نفر)	۸ (۴۷٪)	۶ (۳۵٪)	۳ (۱۸٪)	تمایل به ترکی و نام‌های دیگر
---------------------------------	---------	---------	---------	------------------------------

جدول ۵- تحلیل تأثیر سطح تحصیلات بر انتخاب نام

۵-۶- تحلیل کیفی عمیق مصاحبه‌ها

تحلیل مضمون مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۳۰ نفر از شرکت‌کنندگان سه تم اصلی را آشکار کرد که در جدول ۶ به تفصیل ارائه شده‌اند. این تحلیل کیفی عمق بیشتری به فهم انگیزه‌ها و نگرش‌های پشت انتخاب نام‌ها می‌دهد.

تم اصلی	فراوانی	درصد	نمونه گزاره‌ها	تحلیل روان اجتماعی
حس تعلق قومی	۱۹	۶۲٪	می‌خواهم فرزندم بداند ریشه‌اش کجاست	نیاز به هویت‌یابی
نگرانی از قضاوت اجتماعی	۱۴	۴۵٪	می‌ترسیدم دیگران فکر کنند...	اضطراب اجتماعی
تأثیر رسانه‌ها	۱۰	۳۳٪	در فیلمی دیده بودم...	تأثیرپذیری فرهنگی

جدول ۶- تحلیل مضمون مصاحبه‌ها

۵-۷- تحلیل مقایسه‌ای با مطالعات پیشین

مقایسه یافته‌های این پژوهش با مطالعات مشابه نشان می‌دهد که روند کاهش نام‌های مذهبی و افزایش نام‌های ملی و قومی، پدیده‌ای فراگیر در شهرهای مختلف ایران است. به عنوان مثال، نیکوروش، قریشی و امامی (۱۴۰۲) در بیرجند گزارش کردند که نام‌های مذهبی پسران از حدود ۹۲ درصد در دهه هفتاد به ۷۳ درصد در دهه نود کاهش یافته است. محمدزاده، احمدی و نجمی (۱۴۰۳) نیز در سفر نشان دادند که نام‌های عربی (مذهبی) برای پسران از بیش از ۹۰ درصد در دهه پنجاه به ۱۲ درصد در دهه نود رسیده است. این همگرایی در روندهای کلان، نشان‌دهنده تأثیر عوامل فرهنگی-اجتماعی مشترک در سراسر کشور است، هرچند میزان و شدت تغییرات در هر منطقه با توجه به بافت قومی و مذهبی متفاوت بوده است.

۵-۸- محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادات

تحلیل نقادانه محدودیت‌های پژوهش (جدول ۸) نشان می‌دهد که اگرچه این مطالعه به نتایج ارزشمندی دست یافته، اما محدودیت‌هایی دارد که باید در تفسیر نتایج مدنظر قرار گیرند.

محدودیت	تأثیر احتمالی	پیشنهاد برای پژوهش آینده
حجم نمونه کوچک	کاهش قدرت تعمیم‌دهی	افزایش حجم نمونه به ۳۰۰+ نفر
محدودیت جغرافیایی	عدم نمایندگی مناطق روستایی	نمونه‌گیری سراسری
روش خوداظهاری	احتمال سوگیری	استفاده از داده‌های ثبت احوال

جدول ۷- محدودیت‌ها و پیشنهادات برای پژوهش‌های آینده

۵-۹- یافته‌های پژوهش

تحلیل جامع داده‌های کمی و کیفی در این پژوهش نشان می‌دهد که انتخاب نام در ایران امروز بازتابی از تعامل پیچیده بین هویت ملی و قومی است. یافته‌ها حاکی از آن است که:

- ۱) نام‌های فارسی همچنان گزینه غالب هستند (۶۴ درصد)
 - ۲) گرایش به نام‌های ترکی به‌ویژه در میان زنان و تحصیل‌کردگان قابل توجه است (۲۶ درصد)
 - ۳) انگیزه اصلی انتخاب نام‌های قومی، حفظ هویت فرهنگی است (۳۸ درصد)
- این یافته‌ها برای برنامه‌ریزان فرهنگی و پژوهشگران مطالعات قومی می‌تواند حاوی پیام‌های مهمی باشد. افزایش آگاهی درباره این روندها می‌تواند به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی مناسب‌تر بینجامد.

۶- نتیجه

این پژوهش با بررسی الگوهای نام‌گذاری در میان خانواده‌های ایرانی نشان داد که انتخاب نام فرزندان فرآیندی پیچیده و چندبعدی است که تحت تأثیر عوامل فرهنگی، اجتماعی و هویتی قرار دارد. یافته‌ها حاکی از آن است که اگرچه نام‌های فارسی با ۶۴ درصد همچنان گزینه غالب محسوب می‌شوند، اما گرایش قابل توجهی به نام‌های ترکی (۲۶٪) به‌ویژه در میان زنان، افراد تحصیلکرده و ساکنان کلان‌شهرها مشاهده می‌شود. این تمایل را می‌توان بازتابی از نیاز به حفظ هویت قومی در عین تعلق به هویت ملی ایرانی دانست. تحلیل عمیق مصاحبه‌ها نشان داد که انگیزه اصلی در انتخاب نام‌های ترکی، حفظ پیوندهای فرهنگی و حس تعلق قومی (۳۸٪) بوده است، در حالی که ملاحظات زیبایی‌شناختی (۲۹٪) و معانی نمادین (۱۸٪) نیز نقش مهمی ایفا می‌کنند.

نتایج این پژوهش از یک سو تأییدکننده یافته‌های مطالعات پیشین درباره اهمیت نام‌ها به عنوان نشانگرهای هویتی است و از سوی دیگر، بر ضرورت توجه سیاست‌گذاران فرهنگی به این تحولات تأکید می‌کند. افزایش آگاهی درباره این روندها می‌تواند به تدوین سیاست‌های فرهنگی جامع‌نگرتری بینجامد که هم تنوع قومی و هم انسجام ملی را مورد توجه قرار دهند. این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که نام‌گذاری در ایران امروز، عرصه‌ای برای نمایش تعامل پویا بین سنت و مدرنیته، هویت فردی و جمعی، و تعلقات قومی و ملی است.

منابع

- حامد، بیتا؛ گراوندی، شهر و سپیده پشنگ (بی تا). *نامگذاری فرزندان در شهر کرمانشاه و راهکارهای اشاعه و رواج نام نیک*. گزارش پژوهشی، جهاد دانشگاهی.
- طالبزاده شوشتری، لیلا؛ خامسان، احمد و معظمه بهلگردی (۱۴۰۱). «بررسی عوامل مؤثر بر انتخاب نام: مطالعه‌ای به روش بنیادبخشی نظریه». *دوفصلنامه پژوهش‌های کیفی در علوم رفتاری*، ۱(۲): ۳۷-۴۶.
- طیب، محمدتقی و بتول علینژاد (۱۳۸۲). «بررسی روندهای جدید نام‌گذاری در اصفهان از دیدگاه زبان‌شناسی». *مجله دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه اصفهان*، ۲(۳۳-۳۲): ۲۳-۵۸.
- محمدزاده، حسین؛ احمدی، بهزاد و سید محمود نجمی (۱۴۰۳). «سیر تحول نام‌گذاری فرزندان در شهرستان سقز در نیم قرن گذشته (۱۳۵۰-۱۴۰۰)». *فصلنامه زبان‌شناسی اجتماعی*، ۸(۱)، ۱۹-۴۷.
- نجاتی حسینی، سید محمود و سمیه افشار (۱۳۸۸). «تحول نام‌گذاری فرزندان در شهر تهران». *پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه*، ۳(۳)، ۱۴۱-۱۵۸.
- نیکوروش، کبری؛ قریشی، سید محمدحسین و حسن امامی (۱۴۰۲). «بررسی عوامل مؤثر بر گرایش به گزینش نام‌های ملی در کودکان در دو دهه اخیر از دیدگاه زبان‌شناسی اجتماعی در شهر بیرجند». *فصلنامه علمی مطالعات فرهنگی-اجتماعی خراسان*، ۱۷(۳)، ۱۹۷-۲۳۳.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- Fishman, J. A. (1999). *Handbook of Language & Ethnic Identity*. Oxford University Press.
- Joseph, J. E. (2004). *Language and Identity: National, Ethnic, Religious*. Palgrave Macmillan.