



Geliş Tarihi: 5.10.2021 Kabul Tarihi: 06.11.2021 Entry Date: 5.10.2021 Accepted: 06.11.2021 Bu makaleyi alıntalamak için/ To cite: KIZILOĞLU, Müjdat (2021). “Türklerin Ad Verme Kültüründe Ad Verici Profili”, *Uluslararası Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, S.7, s. 45-64.

TÜRKLERİN AD VERME KÜLTÜRÜNDE AD VERİCİ PROFİLİ*

The Name Giver Profile in the Turkish Naming Culture

Müjdat KIZILOĞLU*

Öz

Ad verme, insanoğlu tarafından sıradan bir olay olarak kabul edilmez. Bu bakımdan adlandırma edimi neticesinde verilen adın kişinin karakterini, toplum içindeki konumunu, geleceğini etkileyeceğine inanıldığı için ad vericinin toplum içinden herhangi biri olmamasına dikkat edilir. Eski Türklerde kişiye ad verici olarak anne-babanın da adlandırma potansiyelinin önüne geçilerek ad vermeyi bizzat Tanrı'nın gerçekleştirdiğine ya da Tanrı tarafından kutsandığına inanılan kişilerin ad vermede etkili olması gerektiğine inanılmıştır. Türklerin İslamiyet'i kabul etmesinden sonra, bu din ve özellikle Arap kültürüne dair birçok unsur, Türk kültürünü etkilemiş; Türk ad verme geleneği bağlamında ad verici profili de bu etkilenmeden nasibini almıştır. Zira mitik dönemde ad verici profili olarak Tanrı, yaşlı bir erkek veya kadın formuyla ad verme eylemini gerçekleştirirken İslamiyet'in kabulü sonrası bu eylem peygamber, evliya, derviş, ihtiyar, pir, Şahımerdan Hz. Ali, Hızır, imam, hoca, âlim gibi İslamî çizgide yeni ad verici profili tarafından yerine getirilmeye başlanmıştır. Sonrasında ise din ehli kimselerin olmadığı yerde, soyun ya da ailenin en büyük/tecrübeli bireyinin ad verici rolünü üstlendiği bir hâle dönüşmüştür. Ancak 20. yüzyıl Türkiye'sinde şehirleşmeye bağlı olarak çekirdek aile modelinin güçlenmesi ve toplumsal açıdan seküler/bireysel algının ön plana çıkmasıyla, ad koyma hakkı geleneksel anlamda ata/aile büyüklerinin inisiyatifinden çocuğun ebeveynlerinin kişisel tercihlerine devrolmuştur. Bu tercihlerin belirlenmesinde ise elektronik kültür unsurları etkili olmuş, televizyon ve özellikle 21. yüzyılda geniş kitlelerce kullanılan internet merkezli sosyal medya uygulamaları, bu dönemin dijital ad verici profili olarak ön plana çıkmıştır. Bu çalışmada, Türklerin ad verme kültüründe önemli bir yere sahip olan ad verici profilinde, dönemsel şartlara göre yaşanan kültürel değişim/dönüşümün ele alınması amaçlanmıştır; bu bağlamda Türk halk bilimi unsurlarından elde edilen veriler, sistematik bir şekilde incelenmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Adlandırma, Türklerde Ad Verme, Ad Verici Profili.

Abstract

Naming is not considered as an ordinary event by human beings. In this respect, it is considered that the name given as a result of the act of naming will affect the character of the person, his position in the society and his future, so that the name giver is not an ordinary person from the society. In the old Turks, it was believed that God himself carried out the naming by avoiding the naming potential of the parents as a naming person or it was believed that people believed to be blessed by God, should be effective in naming. After the Turks accepted Islam, many elements of this religion and especially Arab culture influenced Turkish culture; In the context of

* Bu makale, Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türk Halk Bilimi ABD'de, Prof. Dr. Gülhan ATNUR danışmanlığında Müjdat KIZILOĞLU tarafından hazırlanmakta olan “Türklerde Ad Verme Kültürü Üzerine Bir İnceleme” başlıklı doktora tezinden üretilmiştir.

* Öğretmen, Atatürk Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Doktora Öğrencisi, ORCID ID: 0000-0003-0982-4535, mujdatkiziloglu@hotmail.com.

the Turkish naming tradition, the naming profile has also been affected by this. Because while God, as the naming profile, performed the act of naming with the form of an old man or woman in the mythical period, after the acceptance of Islam, this action was adopted in Islamic lines such as prophet, saint, dervish, elder, pir, Shahimerdan Hz. Ali, Hızır, imam, hodja, scholar started to be fulfilled by the new naming profile. Afterwards, it turned into a situation where the eldest/experienced member of the family or family assumed the role of naming in places where there were no religious people. However, with the strengthening of the nuclear family model due to urbanization in 20th century Turkey and the emergence of a socially secular/individual perception, the right to name was transferred from the initiative of the ancestors/family elders in the traditional sense to the personal preferences of the child's parents. On the other hand, electronic cultural elements were effective in determining these preferences, and television and internet-based social media applications, which were used by large masses in the 21st century, came to the fore as the digital naming profile of this period. In this study, it is aimed to deal with the cultural change/transformation experienced according to the periodical conditions in the naming profile, which has an important place in the naming culture of the Turks; in the context, the data obtained from the elements of Turkish folklore have been tried to be examined in a systematic way.

Keywords: Naming, Turkish Naming, Name Giver Profile.

Giriş

Adlandırma/ad verme ediminde ad, bir tanımlama/sınıflandırma işaretidir. Bu işaretlemeyi yapan ise ad vericinin kendisidir. Ad, ad vericiye mahsus özgür bir yaratımdır ve kendi öznelliğinin geçici bir dışı vurumu (Lévi-Strauss, 2016: 238) olarak onun kabiliyeti mukabilinde meydana çıkar. Ancak adlandırma edimi neticesinde verilen adın; kişinin karakterini, toplum içindeki konumunu, geleceğini etkileyeceğine inanıldığı için ad vericinin de toplum içinden herhangi biri olmamasına dikkat edilir. Bu hususta kişinin anne-babasının da adlandırma potansiyelinin önüne geçilerek Tanrı veya Tanrı tarafından kutsandığına inanılan kişilerin ad verme sürecinde etkili olması gerektiği, birçok toplum tarafından kabul görmüştür. Nitekim bahsi geçen bu durumun kültürel temellerini, gerek mitolojik metinlerde gerek Şamanizm gibi iptidai inanç uygulamalarında gerekse semavi dinlerin kutsal kitaplarında görmek mümkündür.

Adlandırmanın mitoloji kaynaklı bilgisi, öncelikle insanın kâinatta var oluşunun bir açıklaması olarak kabul edilen yaratılış/başlangıç/köken odaklı mitik metinlerde ön plana çıkmaktadır. Buna göre eski mitolojik düşüncede “gerçekliğin” yani var olmanın sözle, adla ve adlandırmayla yaratıldığı inancı hâkimdir. Yaratımın ana maddesi olarak “söz” öne çıkmaktadır. Söz, adeta ilahi bir yasa gibi Tanrı’yı ve buyruğunu ifade etmesi bakımından mit dünyasında önemli bir yere sahiptir (Koçak, 2007: 727). Bir kimsenin veya nesnenin adının olması da onun kâinatta var olduğunun başlıca göstergesiyken adın yok olması, o adı taşıyanın yok olmasını da beraberinde getirir. Mitolojik sistemde, ad ile eşya veya kişiler arasında bir özdeşlik kurulur ve ad ile varlığın iç içe geçtiği var sayılır. Bu bağlamda ad, varlığın ifadesini ve mahiyetini oluştururken varlığın kendisi de onda ve onunla yaşayabilir. “Sayan-Altay Türklerinin mitolojik inançlarına göre kâinat, adlandırma yoluyla yaratılmıştır.

Her şey sağır ve sessizken, yer ve gök diye bir şey yokken, baştan başa sularla kaplı sonu olmayan bu dünya öncelikle adlandırılarak yaratılmıştır” (Beydili, 2004: 21).

Adlandırmanın mitik derinliğini, iptidai bir inanç olarak kabul edilen Şamanizm’de görmek mümkündür. Buna göre Şamanizm’de çocuklara ad konulması, çoğu zaman Şamanlar tarafından ad verme törenlerinde yerine getirilen kutsal bir uygulamadır. Bazen adlar çocuklar doğmadan önce Tanrı tarafından belirlenip Şaman’a bildirilir. Bu durumla ilgili çeşitli kutsal Şaman hikâyeleri de mevcuttur. Fuzuli Bayat’ın aktardığı “Şaman’ın Çocuk İsteme Ritüeli” hikâyesine göre; yaşlı bir çiftin evine misafir olan iki Şaman, Tanrı’nın bu aileye hiç evlat vermediğini öğrenince evlat dilemek için önce Doğum Tanrısı Ayıısı’tın yanına yükseldiler. Ondan ret cevabı aldıktan sonra, Baş Şaman bulut ruhuna dua etmek istediğini belirtip Yıldırım ve Yağmur Tanrısı Syüüler Bılt Tyördiger’in yanına yükseldi. Bu Bulut Tanrısı duaları duydu, yaşlı çifte iki çocuk vermeye razı oldu ve birinci çocuğa *Çohuh* adını, ikinci çocuğa ise *Syüüle Bagdarın* adını vermelerini söyledi. Şamanlar çocukların ruhlarını alıp geri döndüler ve onları kadının bedenine yerleştirmek için başından çevirdiler. Bu sırada kadın kendisinden geçerek bayıldı. Şamanlar aileden güzel hediyeler alıp gittikten üç yıl sonra geri döndüler ve yaşlı çiftin yanında gerçekten de iki erkek çocuk olduğunu gördüler (2005: 265-266). Şaman hikâyesinde görüldüğü üzere çocuğa ad vermenin temelinde, mitik açıdan Tanrı merkezli yapılan adlandırmaya bir gönderme vardır. Ad alan kişi, ad verme töreni sayesinde köken mitleri ile kutsanarak hem hayata hem de topluma dâhil edilmiş olur. Törenlerde verilen ad ise insanın kişiliğinin oluşmasının yanı sıra, kişi ile adı arasında kurulan her türlü bağın mitolojik anlamda bir simgesi haline dönüşmektedir. Bu hususta ad, mitin toplum üyesine vurduğu bir damga, verdiği bir kimliktir. Ad koyma ile mitin iradesi, toplum içinde aktif hale geçer ve her adlandırma kutsal olanla yani köken mitleriyle bağlantı içinde olmak zorundadır. Bu bağın olmadığı yerde kahraman kendi iç dinamiğinden, değişimden ve gelişmeden yoksun kalmış demektir. İşte mitin çok güçlü olduğu dönemlerde ad koyma, böyle bir işlevin uygulama alanı olmuştur. “Bu işlev, kutsal anlatılarda ifadesini koruyup saklayabilmiştir. Bütün kahramanlara olmasa da birçok esas kahramana ad konulması, onların ulaştıkları özel ve belirli yönlerin korunup saklanması, başka bir deyişle onlarla ilgili geçmişe ait planının mevcut hale ve geleceğe de teşmil edilme çabası, mitin güç gösterisi olarak önemlidir” (Abdulla, 2012: 121).

Semavi dinlerin geleneğinde, canlı-cansız her türlü varlığa adlarını veren kişi, ilk insan/peygamber olarak kabul edilen Âdem’dir. Kutsal kitaplara göre sürecin ayrıntısının bahsi olmadan Âdem’e bu adları öğreten ise Tanrı’nın kendisi olmuştur. İlk semavi din olması

açısından Museviliğin yüce kitabı Tevrat, varlıklara isim konulması konusunda bizlere şu bilgileri vermektedir: “Yehova Tanrı daha sonra ‘Adamın tek başına olması iyi değildir.’ dedi. Ona kendisini tamamlayacak bir yardımcı yapacağım. Bu arada Yehova Tanrı her yaban hayvanını ve göklerde uçan her kanatlıyı topraktan yapmaya devam ediyor, her birine isim vermesi için onları adama getiriyordu; adam her bir canlıyı nasıl adlandırdıysa o canlının adı öyle oldu. Böylece adam tüm evcil hayvanlara, göklerde uçan kanatlılara ve tüm yaban hayvanlarına isim verdi...”¹. Burada, yaratılan her varlığa ad verme imtiyazının ilk insan olan Adam’a verildiği görülmektedir. Bölümün devamında Yehova Tanrı tarafından Adam’ın kaburga kemiğinden yaratılan eşe de adını yine Adam vermektedir. “ O zaman adam şöyle dedi: ‘İşte sonunda! Kemiği kemiklerimden, eti etimden olan biri. Ona Kadın denilecek, çünkü adamdan alındı...”². Görüldüğü gibi Tevrat’a göre tüm varlıkların adlarını koyan ilk insan, yani Adam olmuştur ve kadim bir gelenek üzere bu isimler olduğu gibi kalmıştır. Hristiyanlığın kutsal kitabı İncil’de ise “Başlangıçta Söz vardı. Söz Tanrı’yla birlikteydi ve Söz Tanrı’ydı. Başlangıçta O, Tanrı’yla birlikteydi. Her şey O’nun aracılığıyla var oldu, var olan hiçbir şey O’nsuz olmadı...”³ âyetleriyle ‘Tanrısal Söz’ üzerinde durulurken ilk adlandırmanın nasıl olduğu ve kim tarafından yapıldığı konusunda doğrudan bir bilgi bulunmamaktadır. Zaten bu konuda Hristiyan ilahiyatçılar da Tevrat’ta verilen bilgileri esas almaktadırlar. Çünkü onların kutsal kitap koleksiyonu arasında, Yahudilerin kutsal kitabı olan Tevrat da vardır. Başka bir ifadeyle onlar, Ahd-i Cedid (Yeni Ahit/Anlaşma) dedikleri İncil yanında, Ahd-i Kadim (Eski Ahit/Anlaşma) dedikleri Tevrat’a da kutsal kitap olarak inanıp ikisini birden Kitab-ı Mukaddes (Kutsal Kitap) diye kabul etmektedirler. Dolayısıyla Ahd-i Kadim’deki bilgiler onları da bağlamaktadır (Aydar ve Ulutaş, 2000: 687).

İslam’ın kutsal kitabı olan Kur’an-ı Kerim, ilk insan olarak yaratılan Âdem’den ve ona isimlerin öğretilmesinden bahseder. Bu öğretilmenin diğer kutsal kitaplardan farklı olarak Kuran-ı Kerim’de bizzat Allah tarafından gerçekleştirildiği “Ve Âdem’e bütün isimleri öğretti.”⁴ âyeti ile sabitlenmiş, tefsirlerle de desteklenmiştir (URL-1). Bundan hareketle varlıklara ilk kez Allah’ın ad koyduğu ve bunları Âdem’e öğrettiği söylenebilir fakat ad koymanın ve buna dair bilgiyi Âdem’e öğretmenin keyfiyeti ve derecesinin tam olarak ne olduğunu bilmek mümkün değildir. Bu bakımdan başta Râzî olmak üzere bazı müfessirler “isimlerin öğretilmesi” hususunun varlıkların isimlerinin öğretilmesi, isim verme yeteneğinin verilmesi, akıl gücünün verilmesi vb. şeklinde tefsir edilmesini pek açıklayıcı bulmamaktadır.

¹ Tevrat, Başlangıç, 2/18-20.

² Tevrat, Başlangıç, 2/23.

³ İncil, Yuhanna, 1/1-3.

⁴ Kuran-ı Kerim, Bakara, 2/31.

Zira burada Âdem'e ve dolayısıyla insan nesline verilen bu lütuf, meleklerin sahip olmadığı bir şey olmalıdır. Ancak bu özellikler, âyetin öncesi ve sonrasında da anlaşılacağı üzere meleklerde de var olan özelliklerdir. Buna göre “isimlerin öğretilmesi” bahsinden kasıt, insanın kötülüğe olduğu kadar iyiliği de meyyal olduğunun ve hatta iyiliğe daha yakın olduğunun vurgulanması olarak anlaşılması icap etmektedir (Elik ve Coşkun, 2013: 17).

Yukarıda ifade edildiği üzere adlandırmanın kültürel temellerini, Türk ad verme kültürünün ad verici profilinde, dönemsel şartlara bağlı olarak yaşanan dönüşümlerden hareketle tespit etmek mümkündür. Buna göre Eski Türk geleneğinden başlamak üzere tanrısal bir kutsallık arz eden ad verici profili, İslamiyet'in kabulü sonrası din merkezli bir dönüşüm yaşamıştır. 20. yüzyıl sonrasında ise soyun büyükleri yerine anne ve babanın kurgusal bir tanrı tasavvuruyla ad vermede daha etkin olduğu bir ad verici profili ortaya çıkmıştır. Son kertede televizyon ve 21. yüzyılın internet merkezli sosyal medya uygulamalarına bağlı olarak dijital bir yeni ad verici profilinin belirmesi, Türk ad verme kültürünün ad verici profilinde yaşanan değişimi gözler önüne sermektedir. İşte bu çalışmayla ad verici profilinde ortaya çıkan çok boyutlu dönüşüm, Türk halk bilimi unsurları bağlamında ortaya konacaktır.

1. Türklerin Ad Verme Kültüründe Ad Verici Profili

1.1. Eski Türk Geleneğinde Ad Vericiler

Türk kültüründe ad verici profili, dönemsel şartlara göre bir değişim/dönüşüm arz etmektedir. Bu hususta ilk olarak mitolojik çağlarda ad verme olayını, iki tür ad verici profilinin gerçekleştirdiği görülür: “1) Adın Tanrı tarafından verilmesi: Kayın ağacından inen, görünen ve kaybolan kocalar, Hızır veya Anadolu'daki dervişler bunlardandır. 2) Adın Korkut Ata ve Hızır gibi ulu bilgeler tarafından verilmesi: Bu daha çok tarihi devirlerde olur” (Ögel, 2010: 98). Bu bağlamda birinci tip ad verici profili açısından mitoloji merkezli Türk destanlarında ad koyucu rolündeki aksakallı kocalar, kutsallık arz eden ad verme edimini gerçekleştirmek için Tanrı'nın yeryüzündeki bedenleşmiş hâli ya da sembolü olarak ortaya çıkmaktadırlar. Mesela bazı Şor destanlarında ad verme işlevini yerine getiren insan, kimsenin daha önce görmediği bir ihtiyar olur. Bu ihtiyar toplumun dışında yaşayan Şamanlara çok benzese de kutsal âlemlerle ilişkisi açık şekilde görülen boy aksakalıdır. Yine Altay-Sayan Türklerinin destanlarında, kahraman adsız yaşamak istemediğinden bir kâseye kımız koyarak yüksek bir yere çıkıp ona ad verilmesini talep eder. Nereden geldiği malum olmayan bir ihtiyar, kahramanın elinden kımızı alıp içer ve bundan sonra kahramanın adını, atının rengini tayin eder (Direnkova, 1940; Akt.: Bayat, 2013: 154). Bazı Altay destanlarında ad koyucu ihtiyar bir kadındır. Nitekim bu kadınlar da yarı tanrısal bir özellik göstererek kahramana ad koyan

kutsal ad koyuculardır. Ak-Biy Destanı'nda meşakkatli bir sürecin sonunda dünyaya gelen çocuğa er yaşına ulaşmasına rağmen kimse ad koyamaz. İyi ad koyana saygı duyup kötü ad koyanın kellesini keseceğini belirten çocuğa kimsenin ad koymaya yanaşmaması yurtta bir huzursuzluğa sebep olur. Bir zaman sonra ihtiyar bir kadın çocuğa ad vermek üzere ilk önce ak kayın ağacına ak bez bağlar ve dolunayın olduğu bir günde çocuğa *Altın-Koo* adını verir ve bineceği atı belirler (Dilek, 2007: 377-378).

İkinci tip ad verici profilini ele almak gerekirse bilindiği gibi Türk geleneğinde ad almanın belli şartları vardır. Kişi bir yiğitlik ya da toplum yararına bir iş yapıp asıl adını almak için gerekli şartları yerine getirdikten sonra, ad alması için ihtiyaç duyulan unsur bilge adamdır. Adı, bilge kişinin vermesi önemlidir. Eğer bilge adam yoksa ad verilmez. Sıradan insanlar ad veremez. Çünkü bu kutsal bir görevdir ki ad alan kahraman kutsanır. Kutsama işi ancak Tanrı tarafından kutsanmış bilge adam tarafından gerçekleştirilebilir. Kahraman alplık mertebesine yükselir, bilge adam tarafından kendisine ad verilir ve kutsanır, statü sahibi olur (Koçak, 2007: 732). Eski Türkler arasında bilge adamın ululuğuna bağlı olarak verilecek ad ile kişinin bahtının hayırlı ve ömrünün uzun olacağı inancı hâkimdir. Bu hususta bilge adamın ad verme sırasında verdiği ada dair ettiği duaların genelde kişinin ömrü ve yaşıyla ilgili olduğu görülür. Bu bakımdan bilge adam ad verirken aynı zamanda kişinin kaderini de tayin eder. Türk kültüründe ikinci tip ad verici bilge adam profilini yansıtan en önemli kişi ise hiç kuşkusuz, İslamiyet öncesi Şamanist unsurlarla yeni dinin inanç ve uygulamalarını anlatılarda harmanlayan ulu ozan Dede Korkut'tur. Ad verme Dede Korkut öncesinde, Tanrı'nın yeryüzündeki bedenleşmiş hâli olarak aksakallı ulu kocalar ya da yaşlı kadınlar tarafından icra edilirken Dede Korkut ile birlikte bu misyon, hikâyelerde geleneğe dönük bir hâl alıp onun olağanüstü yönü dışında, milli kişiliği ile bütünleşmiştir. "Ol zamanda bir oğlan baş kesme kan dökmese ad komazlar-idi." (Ergin 2011: 118) yargısına bağlı olarak Boğaç Han, Bamsı Beyrek ve Basat hikâyelerinde, bir yiğitlik ya da toplum yararına iş gerçekleştiren kahramana asıl adını vermek için hazır bulunan Dede Korkut, tören sonunda ettiği "Adını ben verdüm, yaşını Allah versün" (Ergin, 2011: 121) duası ile toplum nazarında manevi makamını pekiştirirken gelenek bağlamında ise ad verici rolünün önemini ortaya koymaktadır.

Yukarıda bahsi geçtiği üzere Türk anlatı geleneği içerisinde ad almanın ön şartı, kahramanlık yapmak veya topluma yararlı bir işte bulunmak edimlerine dayanırken bu olgu, mitik özellik içeren eski Türk anlatılarında ise doğrudan kahraman merkezli bir durum arz etmektedir. Bu açıdan Oğuz Kağan Destanı varyantlarında tespit edilen kahramanın adlandırılma biçimi, bunun somut örneğidir. Destanın Uygur varyantında (Bang ve Arat, 1936) metnin baş

tarafının eksik olması nedeniyle kahramana Oğuz adının neden ve nasıl verildiği hakkında bilgi mevcut değildir. Ancak Oğuz'un olağanüstü doğumu ve kişiliği ayrıca ilk kahramanlığını halkına hizmet adına yapmış olması, onun adına yaraşır bir lider olduğunu ortaya koymaktadır. Şecere-i Terâkime'deki Oğuz Kağan Destanı'nda ise koca bir devletin hükümdar adayı olan kahramanın topluma kabul edilmesi, töreni icra eden toplumun diğer üyeleri tarafından değil; yenidoğanın bizzat kendisinin ad alması ile gerçekleşmiştir. “Toy günü oğlanı meydana getirip Kara Han beylerine dedi ki: Bizim oğlumuz bir yaşına geldi. Şimdi buna ad koyasınız, deyip beyler cevap vermeden önce oğlan dedi benim adım Oğuz'dur” (Ergin, (?): 26-27). Bu hususta Oğuz Kağan, Türk boyları arasında ortak ata kabul edilen bir kahramandır ve atlı göçebe medeniyetinin ideal insan tipidir (Kaplan, 2016: 28). Oğuz, şahsiyetini belirleyen hâkim olma duygusu ile Tanrı tarafından seçilmiş ve halkına bahşedilmiş bir hükümdardır. “Oğuz'un kendi kendine ad vermesi, onun ‘Tanrıoğlu’ statüsüyle ilgilidir” (Bayat, 2013: 153). Oğuz Kağan'ın bu konumu, ona toplumun diğer üyelerine ad verme yetkisi de vermiştir. Oğuz Kağan Destanı'nın İslami ve Uygur varyantlarında, destan boyunca dost veya düşman kavimlere ve beylere yaptıkları işlere uygun şekilde adların verildiği görülmektedir. Oğuz Kağan, kendisine düşman olan babasının ve amcasının askerlerini Karakum adı verilen çorak topraklara sürdükten sonra onlara “her zaman kaygılı, gönlü dar ve zavallı olunuz, köpek derisi giyip av eti yiyiniz” anlamına gelen *Muval*, kendine yardım eden bir kavme “Türk dilinde izinden giden, uyan” anlamına gelen *Uygur*, şehri iyi koruyan beye *Saklap*, ganimet taşımak için araba yapanlara/araba yaparken kanga kanga diye bağırarlara *Kanglı*, oyulmuş bir ağaç içinde doğan çocuğa/kestiği ağaçlarla ordunun ırmaktan geçmesini sağlayan Ulug Ordı adlı beye *Kıpçak*, karısı doğum yaptığı için yolda kalan adama/kapısı açılmayan evin kapısını açan Tömürdü Kağul adlı askere *Kalaç*, yağın kardan dolayı geride kalan üç aileye/Buz Dağı'na kaçan atını dokuz gün sonra getiren her yanı karla kaplanmış adama *Karluk* adını vermiştir (Arat ve Bang, 1936; Togan, 1982). “Oğuz'un, boyların ataları olacak insanlara ad vermesi aslında o insanları, bir statüden ‘toplumun sıradan bir bireyi olmaktan’ başka bir statüye ‘boyun atası olmaya’ geçirmesi” (Bayat, 2013: 156), o zaman için bilinen Türk boylarını tarih sahnesine çıkartması ile alakalıdır.

1.2. İslamî Devirde Ad Vericiler

Türklerde ad verici bilge adam profili İslamiyet'in kabulü sonrası, dinî bir çehreye bürünmüştür. İslamiyet ile birlikte yeni bir kültür dairesine giren Türklerin dine uyarladıkları ya da sonradan oluşturmuş oldukları anlatılarda, eski ad verici bilge adam profili yanı sıra

“peygamber, evliya, derviş, ihtiyar, pir, Şahımerdan Hz. Ali, Hz. Hızır” gibi yeni ad verici profiline yer vermesi, Türk ad verme kültüründe artık bu dinin unsurlarının etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bu yeni profil için İslamiyet öncesi birçok toplumsal misyona sahip aksakallı kocaların yeni dinle bütünleşmesinin bir tezahürü dense yanlış olmaz. Çünkü aksakallı kocalar, İslamiyet ile dinî bir kisveye bürünmekle birlikte; Müslüman Türklerin sosyal hayat ihtiyaçlarını karşılama hususunda, İslamiyet öncesi misyonlarını sürdürmeye devam etmişlerdir.

İslamiyet etkisiyle oluşan yeni ad verici bilge adam profilini destan ve halk hikâyesi gibi Türk anlatı geleneğinin kimi ürünlerinde görmek mümkündür. Buna göre Manas Destanı’nda, Cakıp-Han’ın doğan oğluna “Dört Peygamber Hoca” Manas adını vermiştir. Manas’ın oğlu Semetey için dedesi Kara Han ad konulmasını ister. Ak ve kara sakallıları toplar ancak oğlana bir türlü ad koyamazlar. Bir anda, elinde asa tutan ak-boz ata binmiş, aksakallı bir adam ortaya çıkar. Çocuğu kucağına alır, dua eşliğinde ona Semetey adını koyar. Koca Hızır ortadan kaybolur. Aynı şekilde Manas’ın torununa da kimse ad bulamamıştır. Gökten inen altın sakallı Ay-Koca, oğlana Seytek adını verir ve ondan sonra kaybolur (Ögel, 2010: 97-98). Köroğlu Destanı’nın Türkmen versiyonunda, mezarda yakalanıp Cığalı Beğ’e getirilen çocuğa Türkmenler *Ruşen* adını verse de topluluktan uzak duran yaşlı ve fakir birisi “Bu çocuk adıyla dünyaya gelmiş. Onun adı *Göroğlu*’dur.” der ve adını koyar. Destan’ın Özbek versiyonunda ise Hasanbek, mezardan alıp getirdiği oğlan için büyük bir toy düzenleyerek ad konulmasını ister. Toya katılan Türkmenlerin en yaşlısı, “Bu çocuğun adı kendisi gibi *Goroğlu* olsun.” der ve çocuk bu isim ile çağrılmaya başlar (Ekici, 2004). Alpamış Destanı’nda Şahımerdan Pir gelip çocuklara adını koyar. Baybörü’nin oğluna *Hekimbek* adını verir. Hekimbek yedi yaşındayken alpların başkanı Rüstem-i Dastan, ona *Alpamış* adını koyar (Yoldaşoğlu, 2000; Çobanoğlu, 2007). Benzer şekilde Türk dünyası aşk destanlarında (halk hikâyeleri) kahramana “evliya, derviş, Hz. Hızır, Hz. Ali” gibi yeni ad verici profili ad verir. Latif Şah Hikâyesi’nde pir, Şah’ın oğluna *Latif Şah* adını verir; Melikşah ve Güllü Han Hikâyesi’nde derviş, Adil Şah’ın oğluna *Melikşah* adını verir; Razınihan ile Mahfiruze Hikâyesi’nde Hz. Hızır, Yakup Bey’in çocuğuna *Razınihan* adını vererek kaybolur; Bey Beyrek Hikâyesi’nde Padişah on dört yaşına gelen çocuğa ad vermek için meclisi toplar, derviş çocuğun adını *Beyrek*, atın adını Bengiboz koyar (Alptekin, 2009: 351). İslamiyet öncesi unsurlar barındıran kahramanlık destanlarından farklı olarak aşk destanlarında, yeni medeniyet tipinin baskın yönü olan tasavvufun güçlü tesiri duyulduğundan, tarikat şeyhleri

yahut kırkların piri kabul edilen Hz. Ali veya Hz. Hızır'ın ad koyma fonksiyonunda daha aktif bir şekilde rol aldığı görülür (Bayat, 2013: 155).

İslam'ın Türkler arasında sistematik bir hâl alması, ad verici profilinde “imam, hoca, âlim, molla” gibi yeni ad vericilerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu yeni ad verici profili, bir taraftan halka dini ritüelleri uygulatma görevini yerine getirirken diğer taraftan toplumsal hayatın manevi önderi olarak halk nazarında bir kutsiyet üstlenmiştir. Bu noktada din adına bilge adam rolüne bürünen bu din ehli kimseler, zamanla Müslüman Türklerin ad verme geleneğini uygulayan yeni ad verici profili olarak Türklerin ad verme kültüründeki yerini almıştır. Eski Türkler yeni doğmuş çocuğun gelecekteki kaderinin onun adıyla ilgili olacağını düşündüğünden, çocuklarına iyi isim vermeye çalışmışlardır. Çünkü Türkler arasında iyi ve güzel ismi olan çocukların ileride boylarının yöneticileri, halkı yöneten aksakallar ve liderler olabileceğine dair yaygın bir inanç vardır. İslam dininin yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte en iyi ve güzel isimleri onlar bilir düşüncesiyle Türkler çocuklarının ismini din adamlarına ve imamlara koydurmuşlardır (İdrisov, 1971: 44-45; Akt.: Coldaşbaev ve Yoldaş, 2016: 35). Başkurt Türklerinde çocuğa ismini molla koyar. Okumuş kadın da çocuğa isim koyabilir. Kazaklarda ad koyma amacıyla düzenlenen toyda imam ya da dinseliliği ile tanınan saygın kişi ezan okur ve çocuğun kulağına üç kez söyleyerek adını koyar (Kalafat, 2002: 14-344). Uygurlarda bebek doğduktan üç ile yedi gün içinde isim verilir. İsim verme işlemini genellikle ailenin ya da mahallenin bir büyüğü veya imam gerçekleştirir. Bebeğin sağ kulağına ezan, sol kulağına tekbir getirerek isim verilir. İsim verme işlemi bitince akrabalara ve misafirlere yemek ikram edilir (Öger, 2019: 209). Kırım Türklerinde çocuğa isim doğumun ilk üç gününde molla tarafından çocuğun sağ kulağına ezan okunarak konulur (Kalafat, 1999: 51). Caferi mezhebine bağlı Müslüman Türklerde ise çocuğa isim koyması için ailesi mollaya gider. Molla, Kelam-ı Kadim'i açar ve oradan isim seçilir (Kalafat, 2005: 146). Anadolu'da çocuğun ailesinin yemekler hazırladığı “üç yemeği” adı verilen toplantıda hoca önce bebeğin kulağına ezan okur. Daha sonra verilen ad, hoca tarafından üç defa kulağına bağırılır (Artun, 2005: 139). Genel olarak Müslüman Türklerde, ad koymak için düzenlenen toplantılarda ad koyması için çağrılan hoca, müftü ya da dinseliliği ile tanınan saygın kişi ezan okur ve çocuğun kulağına adını üç kez söyleyerek hayırlı, uğurlu olmasını diler. Hazırlanan yemekler yenir, hediyeler verilir (Örnek, 1995: 149).

Müslüman Türklerde ad verici profili, din ehli kimsenin olmadığı yerde sözü dinlenir olması ve tecrübesi hasebiyle ailenin en büyüğünün ad vermede yetkili olduğu bir olguya dönüşmüştür. Bu bakımdan erkeğin anne ve babasının da mensubu olduğu geniş ailelerde

yenidoğana, ata olarak kabul edilen ulu kişilerin ad koyduğu görülmektedir. Çocuğun anne-babasından önce evin ulu kişisinin ad koymada hak sahibi olduğu inancının eski Türklerde var olduğu düşünülürse bu uygulama, Müslüman Türklerde atalar kültürünün bir devamı olarak değerlendirilebilir. İran Türklerinde ad verme, çocuğun dedesi, yoksa babaannesi tarafından gerçekleştirilir. Kızın ve erkeğin anne-babası istişarede bulunur ancak genelde erkek tarafı ad verir (Uzun, 2007: 78). Hazara Türklerinde çocuğun kalıcı ismini büyükbaba ve büyükanne, her ikisi de yoksa evdeki en yaşlı kişi koyar. Türkmenlerde doğumdan hemen sonra verilen bazı adlar kalıcı değildir. Asıl kalıcı adı yenidoğanın dedesi veya ninesi koyar ya da baba büyüklerden izin alarak koyar (Kalafat, 2002: 11; 1994: 29). Özbeklerde ad koyma ayrıcalığı öncelikle köyün veya mahallenin yaşlı, bilge sakinlerine aittir. Ailenin en yaşlı dede veya ninesi de bu hakkını kullanabilir. Bazen de bu ayrıcalık çocuğun kulağına ezan okuyan din adamlarına verilir. Çocuğa ad koymak, Özbekistan’da mesuliyetli ve ciddi bir vazife olarak kabul edilir⁵ (Settar, 2007: 15). Karaçay Balkar Türklerinde çocuğun anne ve babası, bebeğe isim veremezler. Kız çocuğun ismini babaannesi, erkeğinkini ise dedesi koyar (Makas ve Kalafat, 1993: 69). Anadolu’nun farklı yerlerinde yenidoğana baba, büyükbaba, baba tarafı, anneanne, akraba, ailede okumuş olan bir kimse, ebe, erkek çocuklarını yaşlı erkekler, kız çocuklarını yaşlı kadınlar ad koyar. Bununla birlikte Türk dünyasında davetlilerden en yaşlı erkeğin veya ad verme törenine ilk gelen kimsenin de yenidoğana ad koyduğu bilinmektedir (Acıpayamlı, 1992: 5).

1.3. 20. Yüzyıl ve Sonrasında Ad Vericiler

20. yüzyılın ortalarına kadar Türk toplumunun ad verme törenlerinde, hangi adın kim tarafından verileceği noktasında esas rolü dini yetkinliği haiz kişiler ya da evin büyüğü/atası olarak dede veya nineler oynardı. Ayrıca Türk aile hayatında, ad belirleme ve ad vermede erkek tarafının egemen olduğu bir anlayış hâkimdi. Her ne kadar aile hayatına bir bütünlük getirmesi adına devletin yenidoğana ad vermeyi, anne ve babanın görevi olarak tanımlayıp bu yetkiyi Türk Medeni Kanunu’nun “Evlilik içi doğan bir çocuğun adını anne ve babası birlikte koyar (TMK Md. 339/5). Kişi, anne ve babası tarafından konulmuş olan asıl adı kullanmak zorundadır. Bununla birlikte haklı nedenle ad değiştirme hakkını kullanabilir (TMK Md. 27)” maddeleriyle güvence altına almış olsa da çocuğa hangi adın verileceğinin belirlenmesinde, anne-babayla birlikte diğer akraba üyelerinin de etkisi hâlâ söz konusudur. Bu bakımdan Türk ad verme uygulamaları, geleneğin devamı olarak bugün de din büyükleri/görevlileri ya da

⁵ Atatürk Üniversitesi Çağdaş Türk Lehçeleri ve Edebiyatları Bölümünden Prof. Dr. Hüseyin Baydemir’in Mahmud Settar’a ait *Özbek Udumleri* adlı Özbekçe yazılmış eserden yaptığı çeviriden faydalanılmıştır.

ailenin tecrübeli/bilgili kişisi tarafından icra edilmektedir. Genelde doğumdan kısa bir süre sonra belirlenen adın, çocuğun kulağına bu kişiler tarafından ezan-kamet okunarak söylenmesine dayanan bu ritüel sonunda, hazırlanan çeşitli ikramlar davetlilere sunularak bu uygulama bir eğlenceye dönüştürülmektedir.

20. yüzyıl Türkiye'sinde, 1950 sonrası başlayan köyden kente doğru göçler, 1980'lerde daha da hız kazanmıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde ise Türk toplumu sosyokültürel anlamda başka bir aşamaya geçmiş ve artık ülke nüfusunun %75'e yakını kentlerde yaşar olmuştur (Erman, 2016: 379). Bu toplumsal hareketlenmeler, geleneksel dokudan kopuşu beraberinde getirmiş; kırsaldaki geniş aile hayatı, şehirlerde çekirdek aileye dönüşmüştür. Bu durum, çocuğa hangi adın verileceğinin belirlenmesinde de sorumluluğun aile büyüklerinden artık çocuğun anne ve babasına geçeceğinin habercisi olmuştur. Nitekim "Ben yaşayamadım, çocuğum yaşasın." zihniyetine bağlı olarak yeni Türk tipi aile hayatı, zamanla çocuk merkezli bir nitelik kazanmış; Türk toplumunun klasik ad verici profili, 21. yüzyılda gelenekselin ötesine geçerek anne ve babanın ad belirleme ile beraber ad koyma uygulamalarında da aktif olduğu bir hâle dönüşmüştür. Bununla birlikte "Benim çocuğum özeldir." düsturuyla son dönemin kurgusal tanrılarına dönüşen bu aileler; kendi istek, heves ve beklentileri doğrultusunda çocuklarına yeni türetilmiş, özgün ve farklı adlar vermeye çalışmışlardır. Bu tercihlerin belirlenmesinde ise elektronik kültür unsurları etkili olmuş, televizyon ve özellikle 21. yüzyılda geniş kitlelerce kullanılan internet merkezli sosyal medya uygulamaları, son dönemin dijital ad verici profili olarak ön plana çıkmıştır.

1.3.1. Ad Verici Olarak Televizyon

Elektronik kültürün "sihirli kutu"su (Fidan, 2017: 135) olarak tabir edilen televizyon, Türk ad verme kültüründe diziler üzerinden dijital bir ad verici profilinin oluşmasına katkı sağlamıştır. Buna göre televizyonun Türkiye'ye girişi ve yaygınlaşması dünyadaki örneklerinden çok daha sonra olduğundan, Türkiye'de dizi sektörünün gelişimi 1980'lerin ikinci yarısından itibaren başlamıştır. 1990'lı yılların başında Türk kültüründe önemli bir yer teşkil eden mahalle kültürünü yansıtan diziler televizyonlarda yayınlanmışken 2000'li yıllarla birlikte özel televizyonlarda yayınlanan dizilerin sayısı ve izleyici oranlarının artması, bu dizilerin büyük şirketler tarafından bir pazarlama/reklam aracı olarak kullanılmasının önünü açmıştır. Nitekim dizilerde karakterlerin temsil ettiği yaşam tarzları, saç modeli, giyinme şekli veya duruş biçimi bir moda akımı olarak ortaya çıkmış, yine karakterlerin kullandığı eşyalar izleyicilerin o eşyalara yönelik algısını etkilemiştir. Bireylerde dizi kahramanları gibi yaşama, onlar gibi olma ve onların giydiklerine sahip olma isteği, sınırsız sayıdaki tüketim ürünü ve markaya

bağımlılığı da beraberinde getirmiştir (Karaboğa, 2016: 187-188; Kuyucu, 2019: 566-567). Türk ad verme kültürü açısından bu durum, dizilerdeki ana karakter adlarının dizi izleyicileri tarafından gerçek hayatta birer kişi adı olarak tercih edilmesiyle kendini göstermiştir. Konu dâhilindeki araştırmalara bakıldığı zaman, geleneksel adlar bir kenarda tutulursa son dönemde kullanılan Türk adlarının bir kısmı, bizzat televizyon dizilerinde duyulduktan sonra tercih edilir olmuştur. Bu adlar toplumun yeni doğmuş bireyelerine verildiği gibi bazen de ad veya soyadı değiştirme şeklinde uygulanmıştır (URL-2). Ancak dizi bitimi sonrası bu adların izleyici kitlesi tarafından tercih düzeyi peyderpey bir düşüş yaşamış ve zamanla ortalama bir kullanımda sabit kalmıştır. Mesela *Arda*, *Emir*, *Eren*, *Baran*, *Asmin*, *Polat*, *Mira*, *Havin*, *Yamaç*, *Nefes*, *Anıl*, *Ayaz*, *Öykü*, *Aylin*, *Mete*, *Azat*, *Boran*, *Caner*, *Tülin*, *Ela*, *Eray*, *Melih*, *Ertuğrul*, *Hafsa*, *Asya*, *Naz*, *Gökçe*, *Feyza*, *Havva*, *Mahir*, *Nazar*, *Selim*, *Şahin*, *Zilan*, *Sena*, *Güneş*, *Çınar*, *Efe*, *Cemre* gibi karakter adları, 2000 sonrası yoğunluk yaşayan Türk dizi/program furçasının bir yansıması olarak toplumun ad verme tercihinde geçici de olsa ön sıralara yükselmiş; sonrasında ise bu adlar, yerlerini başka dizi/program odağında yeni adlara bırakmıştır. En çok koyulan isim listelerinde yer almayan *Arda* isminin “Zerda” dizisi sonrası, *Emir* isminin “Adını Feriha Koydum” dizisi sonrası, *Eren* isminin “Evdeki Yabancı” dizisi sonrası, *Baran* “Haziran Gecesi” dizisi sonrası hemen dizilerinin yayınlandığı senelerin ertesinde en üst sıralara yükseldiği araştırmada görülmektedir (Köse, 2014: 302). Yine *Asmin* ismi “Aşk Bir Hayal” dizisi sonrası, *Polat* ismi “Kurtlar Vadisi” dizisi sonrası, *Mira* ismi “Medcezir” dizisi sonrası, *Havin* ismi “Haziran Gecesi” dizisi sonrası, *Yamaç* ismi “Çukur” dizisi sonrası, *Nefes* ismi “Sen Anlat Karadeniz” dizisi sonrası, *Ayaz/Öykü* isimleri “Kiraz Mevsimi” dizisi sonrası, *Caner/Tülin* isimleri “Biz Evleniyoruz” programı sonrası, *Eray/Melih* isimleri “Biri Bizi Gözetliyor” programı sonrası, *Ela* ismi “Doktorlar” dizisi sonrası, *Ertuğrul/Gökçe/Hafsa* isimleri “Diriliş Ertuğrul” dizisi sonrası, *Feyza* ismi “Huzur Sokağı” dizisi sonrası, *Selim* ismi “Muhteşem Yüzyıl” dizisi sonrası, *Zilan* ismi “Aşka Sürgün” dizisi sonrası, *Aylin/Mete* isimleri “Öyle Bir Geçer Zaman Ki” dizisi sonrası, *Boran* ismi “Sıla” dizisi sonrası en çok koyulan isimler listesine girmiş, dizilerin gösterime girdiği senelerde üst sıralarda kalan bu isimler, dizilerin gösterimden kaldırılmasıyla liste dışı kalmışlardır (Yegin, 2020: 117-120).

1.3.2. Ad Verici Olarak Sosyal Medya

Son yüzyılda teknolojik gelişmelere paralel olarak internet merkezli iletişim ağının yaygınlaşmasıyla birlikte, sosyal medya denilen yeni bir kültürel olgu ortaya çıkmıştır. İnternette bireylerin birbirleriyle yaptıkları her türlü paylaşımın genel adı olarak tanımlanan

sosyal medya, zaman ve mekân sınırlaması olmadan mobil tabanlı paylaşım ve tartışmaların esas olduğu insanî bir iletişim şeklidir (Vural ve Bat, 2010: 3351). Geleneksel medyadan farklı olarak sosyal medya, insanların birbirleriyle bağlantı kurabildikleri hatta birçok veri ve bilgiyi paylaşabildikleri sınırsız bir iletişim ağıdır. Bu bakımdan insanlar, sosyal medya ile birlikte artık sadece seyirci değil, kullanıcı olarak da kendi içeriklerini oluşturabilmekte ve bu içerikleri, başkalarıyla iletişim kurmak için çok rahat paylaşabilmektedir.

Gelişen internet uygulamalarına bağlı olarak sosyal medyada oluşturulan sohbet ve paylaşım sayfaları, dünya genelinde milyonlarca insan tarafından takip edilmektedir. Bu yeni dijital iletişim ağı, takipçilerine gerçek dünyanın dar çerçeveli somut ilişkileri yerine, evrensel ölçekli soyut ilişkiler odağında sanal bir dünyanın kapılarını aralamaktadır. Bu sanal dünya, kişinin teknolojik araç karşısında tek başına vakit geçirmesi gibi algılansa da aslında milyonlarca katılımcının yer aldığı dijital bir iletişim ağının merkez üssü durumundadır. İşte paylaşıma dayalı sosyal medya uygulamalarının insan ilişkilerinde dijital bir dönem başlatması, konu merkezinde insan ve insanlar arası ilişkiler olan bazı akademik disiplinlerin bu alana yönelmesini sağlamıştır. Bu bakımdan Alan Dundes'in "halk, aralarında en az bir müşterek faktör bulunan kurumsal olarak en az iki kişi" (Çev.: Ekici, 2006: 19) tanımına binaen, internet merkezli sosyal medya uygulamalarının birçok insanın sanal üzerinden müşterek iletişiminde olanak sağlaması, bu dijital olgunun artık halk bilimi (folklor) disiplini bağlamında elektronik folklor yani e-folklor olarak değerlendirilmesinin önünü açmıştır (Güvenç, 2014). Öyle ki "sözlü, yazılı ve elektronik ortamı bir arada yaşatması, kültür ürünlerini ve gelenekleri sunması ve yenisini yaratması, özellikle de sosyal medyayı yaşam şekline dönüştüren bugünün toplumunu yansıtmaları nedeniyle internet, folklorun farklı araştırma alanları arasındaki yerini her geçen gün sağlamlaştırmıştır" (Nalcıoğlu, 2020: 191).

Sosyal medyanın dijital/elektronik folklor örneklerini, son dönem Türk ad verme kültürünün yeni ad verici profili bağlamında görmek mümkündür. Mesela çocuğuna hangi adı vereceği hususunda kararsız kalan aile bireyleri, sosyal medyada dâhil oldukları sohbet gruplarında anket, oylama, kura gibi uygulamalarla doğru adı bulma konusunda sanal üzerinden tavsiyeler almaktadırlar. Bu yöntemler sonucunda katılımcıların en fazla önerdiği ad (Görsel 1.), çoğu zaman aile tarafından çocuğa verilmekte, sonrasında ise çocuğun ad gününe dair görseller veya videolar, sosyal medyada bir eğlence havasında paylaşılmaktadır. Bu eğlenceler doğum öncesinde cinsiyet belirleme partisi, doğum sonrasında ise ad günü partisi (Görsel 3) ile sınırlı kalmayıp (URL-3) baby shower (bebek duşu), aylık doldurma, kız ise altı ay kınası, diş çıkarması, doğum günü gibi farklı uygulamalar (Görsel 2) üzerinden icra edilerek çocuğun her

önemli anı kayıt altına alınmaktadır. Hatta bazı aileler, çocukları adına açmış oldukları sosyal medya hesaplarından (URL-4) bu önemli günleri görseller veya videolar aracılığıyla paylaşarak takipçilerini mutluluklarına ortak ederken diğer taraftan da oluşturdukları bu sanal albümleri yeni paylaşımlarla güncelleyerek ileriki bir zamanda çocuklarına sanal hatıra/hediye olarak vermek için saklamaktadırlar.

Merhabalar yardımınıza ihtiyacım var . Allah nasip ederse doğacak erkek bebeğimize isim arıyoruz. Öz Türkçe bir isim olması tek önceliğimiz. bazı isimlerde çok kararsız kaldık, sizin önerileriniz de çok yardımcı olabilir. Şimdiden çok teşekkürler

Kıymetli meslektaşlarım bir kızım olacak isim olarak Türkçe- edebiyatta geçen güzel bir kelime, terim koymak istedim ancak bir türlü bulamadım. Fikirleriniz benim için değerli. Yardımcı olursanız çok sevinirim.

19

131 Yorum

122

312 Yorum

Beğen

Yorum Yap

Paylaş

Beğen

Yorum Yap



Ertuğ Erman



Kızımın adı:İlgın. ❤️

Beğen Yanıtla

Hayırlı günler erkek çocuğum olacak isim önerisi alabilirimiyim 😊



169 diğer kişi

578 Yorum

Beğen

Yorum Yap

Paylaş



Tuncer Gülensoy

TUNCER GÜLENSOY-PAKİ KÜÇÜKER, ESKİ TÜRK-MOĞOL KİŞİ ADLARI SÖZLÜĞÜ, İSTANBUL 2017, BİLGE KÜLTÜR-SANAT YAYINI....adlı esere bakınız...orada yüzlerce TÜRK adı bulacaksınız....

Görsel 1: Sosyal Medyadan Erkek ve Kız Adı Tavsiyeleri



Görsel 2: Doğum Öncesi ve Sonrasında Düzenlenen Özel Günler





Görsel 3: Sosyal Medyada Yeni Doğmuş Çocukların Ad Günü ile İlgili Paylaşımlar

Sonuç

Adlandırma/ad verme, doğumla hayata adım atan kişinin toplum tarafından kabulünün sağlanması için yerine getirilmesi gereken kültürel bir olgudur. Bir dizi ritüel eşliğinde gerçekleştirilen bu eylemde temel amaç, kişiyi toplumsal değerler bağlamında kimliklemektir. Bu yüzden kişiye verilecek ad kadar adı kimin verdiği de önemli bir durumdur. Nitekim ad verme, birçok toplum tarafından kutsal bir eylem olarak algılanmış; bu eylemi sıradan kişilerin değil, kutsallık atfedilen kişilerin yerine getirmesi gerektiğine inanılmıştır. Buna göre Türk ad verme kültüründe adlandırma, mitik dönemde Tanrı merkezli bir eylem olarak ortaya çıkmıştır. Kişi adları doğrudan Tanrı tarafından ya da tanrısal bir kutsallık taşıdığına inanılan Şaman profili tarafından yerine getirilmiştir. Türklerin İslamiyet’i kabul etmesi, ad vermeye dair kültürel ve inançsal bir değişimi beraberinde getirmiş; bu eylem, yeni dinin yaratıcısı adına peygamberler veya dinî yeterliliğe sahip olan âlim, şeyh, pir, derviş, molla, hoca veya imam gibi kişilerin icra ettiği bir ad verici profili tarafından uygulanır olmuştur. Dinî nitelik taşıyan kişilerin olmadığı yerlerde ise bu görev, soyun en büyük/tecrübeli kişisi olarak dede veya nine profili tarafından gerçekleştirilmiştir. Ancak 20. yüzyıl Türkiye’sinde, göçler sonrası şehirleşmeye bağlı olarak çekirdek tipi aileler ortaya çıkmış, aile büyüklerinin ad

vermedeki rolü geri planda kalmıştır. Bunun yanında ailelerde çocuk merkezli seküler/bireysel bir zihniyetin oluşması, ebeveynlerin yaratımın gizil ortağı olarak kurgusal bir tanrı rolüne soyunmasını da beraberinde getirmiştir. Buna göre aileler “Benim çocuğum özeldir.” düsturuna bağlı olarak çocukları için özgün, yeni türetilmiş, farklı veya kişiye özel ad tercihlerinde bulunmuşlardır. Tercihlerin belirlenmesinde ise bu ailelerin en büyük yardımcısı hiç kuşkusuz elektronik kültür unsurları olmuştur. Zira televizyon ve özellikle 21. yüzyılda geniş kitleler tarafından kullanılan internet merkezli sosyal medya uygulamaları, dijital bir ad verici profili olarak Türk ad verme kültüründeki yerini almıştır.

Sonuç olarak Türk ad verme kültürü örneklemeden hareketle denebilir ki adlandırma edimi, kişiye kimlik kazandırma boyutuyla süregelen bir işlevi yerine getirirken dönemsel şartlara göre ad ve ad verme uygulamalarında yaşanan her türlü değişim/dönüşüm, bu olgunun yeniliklere açık bir tarafının olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak bahsi geçen bu durumun toplumsal bir bozulma veya dilsel bir yozlaşma olarak addedildiği görülmektedir. Unutulmamalı ki kültür denen olgu, sabit bir yapı değil; çağa göre kendini güncelleyebilen dinamik bir yapıdır. İşte bu çalışmada ele alındığı üzere Türklerin ad verme kültürünün ad verici profilinde yaşanan kültürel değişim/dönüşüm, bu yenilemenin somut bir göstergesi olmuştur.

Kaynakça

- ABDULLA, Kemal (2012). *Mitten Yazıya veya Gizli Dede Korkut*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- ALPTEKİN, A. Berat (2009). *Halk Hikâyelerinin Motif Yapısı*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- ARAT, R. Rahmeti ve Willi Bang (1936). *Oğuz Kağan Destanı*. İstanbul: Burhaneddin Basımevi.
- ARTUN, Erman (2005). *Türk Halkbilimi*. İstanbul: Kitabevi.
- AYDAR, Hidayet ve İsmail Ulutaş (2010). “Dilin Kökeni: Kuran-ı Kerim ve Diğer Kutsal Kitaplara Göre Dil Olgusu”, *Turkish Studies*, 5(4), 679-696.
- BAYAT, Fuzuli (2005). *Türk Şaman Metinleri-Efsaneler ve Memoratlar*. Ankara: Üç Ok Yayıncılık.
- BAYAT, Fuzuli (2013). *Oğuz Destan Dünyası*. İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- BEYDİLİ, Celal (2004). *Türk Mitolojisi Ansiklopedik Sözlük*. Ankara: Yurt Kitap-Yayın.
- COLDAŞBAEV, Anvar S. ve M. Asif Yoldaş (2016). “Hıristiyanlık ve İslamiyet’in Rus ve Kırgızların Ad Koyma Geleneklerine Etkileri”, *Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi*, 01(01), 31-38.
- ÇOBANOĞLU, Özkul (2007). *Türk Dünyası Epik Destan Geleneği*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- DİLEK, İbrahim (2007). *Altay Destanları III*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

- DUNDES, Alan (2006). “Halk Kimdir?”, (Çev.: Metin Ekici). *Halk Biliminde Kuramlar ve Yaklaşımlar 1*. Ankara: Geleneksel Yayıncılık.
- EKİCİ, Metin (2004). *Türk Dünyasında Köroğlu*. Ankara: Akçağ Yayınları.
- ELİK, Hasan ve Muhammed Coşkun (2013). *Tevhid Mesajı-Özlü Kur'an Tefsiri*. İstanbul: Fikir Yayıncılık.
- EMİROĞLU, Kudret ve Suavi Aydın (2003). *Antropoloji Sözlüğü*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- ERGİN, Muharrem (2009). *Dede Korkut Kitabı 2; İndeks-Gramer*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- ERGİN, Muharrem (2011). *Dede Korkut Kitabı 1*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- ERGİN, Muharrem (?). *Ebûlgazi Bahadır Han Şecere-i Terakkime-Türklerin Soy Kütüğü*. Tercüman 1001 Temel Eser.
- ERMAN, Tahire (2016). “Kentleşme ve Kentlilik”, *Dünden Bugüne Türkiye Tarih, Politika, Toplum ve Kültür*. (Der.: Metin Heper ve Sabri Sayarı). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- FİDAN, Süleyman (2017). *Âşıklık Geleneği ve Medya Endüstrisi-Geleneksel Müziğin Medyadaki Serüveni*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- GÜVENÇ, A. Özgür (2014). “İnternet Folkloru Üzerine Önerilen Bir Terim: E-Folklor”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 31-46.
- İNAN, Abdülkadir (1998). *Makaleler ve İncelemeler I-II*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- KALAFAT, Yaşar (1994). *Kuzey Afganistan Türkleri ve Karşılaştırmalı Halk İnançları*. İstanbul: Türk Dünyası Araştırmaları Vakfı.
- KALAFAT, Yaşar (1999). *Kırım-Kuzey Kafkasya Sosyal Antropoloji Araştırmaları*. Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları.
- KALAFAT, Yaşar (2000). *Türk Dünyası Karşılaştırmalı Türkmen Halk İnançları-Sosyal Antropoloji Araştırmaları*. Ankara: Avrasya Stratejik Araştırmalar Merkezi Yayınları.
- KALAFAT, Yaşar (2002). *Balkanlardan Uluğ Türkistan'a Türk Halk İnançları I*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- KALAFAT, Yaşar (2005). *Balkanlardan Uluğ Türkistan'a Türk Halk İnançları II*. Ankara: Babil Yayıncılık.
- KALAFAT, Yaşar (2006). *Doğu Anadolu'da Eski Türk İnançlarının İzleri*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- KAPLAN, Mehmet (2016). *Türk Edebiyatı Üzerine Araştırmalar 3: Tip Tahlilleri*. İstanbul: Dergâh Yayınları.

KARABOĞA, Tahir (2016). “Dizi İzleyicilerinin Televizyon Dizilerinde Sunulan Tüketim Unsurlarına Yönelik Eğilimleri”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(27), 182-208.

KOÇAK, Aynur (2007). “Türk Mitolojisinde Söz ve Anlamlandırma Üzerine”, *Erzurum Atatürk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Uluslararası Türklük Bilgisi Sempozyumu*. 25-27 Nisan 2007, 727-733.

KÖSE, Aynur (2014). “Değişimin Gölgesindeki Gelenek: Popüler Diziler ve Farklılaşan Ad Verme Kültürü”, *Milli Folklor*, 101, 291-306.

KUYUCU, Mihalis (2019). “Gençlerin Türkiye’de Üretilen Televizyon Dizilerine Yönelik Tutumları ve Dizi Tüketim Faktörlerinin Analizi”, *International Journal of Cultural and Social Studies*, 5(2), 558-599.

KUTSAL KİTAP (2011). *Yeni Dünya Çevirisi*. USA: Watch Tower Bible and Tract Society of Pennsylvania.

LEVİ-STRAUSS, Claude (2016). *Yaban Düşünce*. (Çev.: Tahsin Yücel). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

MAKAS, Zeynelabidin ve Yaşar Kalafat (?). *Karşılaştırmalı Türk Halk İnançları Azerbaycan- Doğu Anadolu*. Samsun: Eser Ofset Matbaacılık.

NALCIOĞLU, Z. Safiye (2020). “Folklorun Elektronik Bağlamı: İnternet”, *Gazi Türkiyat*, Bahar 26, 187-205.

ÖGEL, Bahaeddin (2010). *Türk Mitolojisi I-II*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

ÖGER, Âdem (2019). *Uygurların Somut Olmayan Kültürel Mirası Kazakistan Örneği*. Ankara: Girişim Ajans Matbaacılık.

ÖRNEK, S. Veyis (1995). *Türk Halkbilimi*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.

SETTAR, Mahmud (2007). *Özbek Udumleri*. Taşkent: Çolpan Neşriyatı.

TOGAN, Z. Velidi (1982). *Oğuz Destanı Reşideddin Oğuznamesi-Tercüme ve Tahlili*. İstanbul: Enderun Kitapevi.

UZUN, Enver (2007). *İran Türk Folkloru*. Trabzon: Eser Ofset Matbaacılık.

VURAL, Z. Beril ve Mikail Bat (2010). “Yeni Bir İletişim Modeli Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma”, *Journal of Yasar University*, 20(5), 3348-3382.

YEGİN, Şengül (2020). “Popüler Kültürün İsim Belirlemeye Etkisi”, *Akademi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(19), 110-126.

YOLDAŞOĞLU, Fazıl (2000). *Alpamiş Destanı*. (Akt.: A. Canpolat ve A. Öz). Ankara: Atatürk Kültür Merkezi Yayınları.

Elektronik Kaynaklar

URL-1: <https://kuran.diyaret.gov.tr/tefsir/Bakara-suresi/38/31-33-ayet-tefsiri>. (E.T.: 20.06.2021)

URL-2: <https://onedio.com/haber/tokatli-aile-cukur-dizisinden-etkilendi-soyadini-kocovali-olarak-degistirdi-862287>. (E.T.:19.06.2021).

URL-3: <https://www.prima.com.tr/gebelik/bebek-isimleri/yazilar/bir-bebek-isim-partisi-verme>.(E.T.:13.06.2021).

URL-4: <https://odatv4.com/3-gunluk-bebege-sosyal-medya-hesabi-22101806.html>. (E.T.: 13.06.2021).