

DEĞİŞİMİN GÖLGESİNDEKİ GELENEK: POPÜLER DİZİLER VE FARKLILAŞAN AD VERME KÜLTÜRÜ

Tradition in the Shadow of Change: Popular TV Series and Differentiating Name-Giving Culture

Yrd. Doç. Dr. Aynur KÖSE*

ÖZ

Toplumda yaygınlaşan ve popülerlik kazanan isimler zihinsel, toplumsal, kültürel ve gündelik hayatta yaşanan değişimin yönüne işaret etmesi açısından önemli bir göstergedir. Bu çerçevede Türkiye’de tercih edilen adlar ve ad verme gelenekleri ile ilgili araştırmalar yapılmasına rağmen, iletişim araçlarının egemen olduğu günümüz koşullarını değerlendiren ve medyanın isim kataloglarındaki değişime olan etkisi üzerine odaklanan araştırmaların sayısı sınırlıdır. Ancak medya, toplumsal beğeni kalıplarını şekillendiren, toplumsal iyiye ve güzele rehberlik ederek eğilimleri biçimlendiren bir araç olarak önemlidir. Bu çalışmayla günümüzün en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan televizyonun ve televizyonda anlatı yapısı ve öykü kalıpları ile en fazla kitleye ulaşma gücüne sahip olan dizilerin, ad verme eğilimlerini nasıl etkilediği incelenmiştir. Araştırma sonucunda, resmi nüfus istatistiklerindeki değişim ile belli dönemde popülerleşen diziler ve bu dizilerdeki karakterlerin isimleri arasında paralellik olduğu tespit edilmiştir. Bu paralellik koşulları araştırıldığında ise dizilerde öne çıkan ve olumlu bir imaja sahip olan karakterlerin isimlerinin, yeni ve farklı olarak algılanma, kulağa hoş gelme ve olumlu çağrışımlara sahip olma kriterleri çerçevesinde yaygınlaştıkları saptanmıştır. Dizi karakterlerinin insanların mahremiyetine girmesinin ve çocuklarına verdikleri isimler aracılığıyla onlardan biri olmasının diğer koşulu ise insanlara özdeşleşebilecekleri imajlar ve kişilik modelleri sunmasıdır.

Anahtar Kelimeler

Kişî adları, yerli televizyon dizisi, ad verme kültürü, medya, popüler kültür

ABSTRACT

Names becoming popular in the society are important indicators that show the direction of mental, social, cultural changes in everyday life. Although research was made about preferred names and name giving in Turkey, there is very limited research which evaluate present-day conditions dominated by communicative means and focus on the effect of media on changing name catalogs. However media is a very important means that shape patterns of social preference by guiding social good and beauty. In this study we focus on how television and television series affect name-giving preferences. As conclusion of this study, we found that change in the official population statistics is parallel with popular television series and names of popular figures of these TV series. When we look at the conditions of this parallelism, it is understood that names of characters on TV series who have a positive image, become widespread in the framework of having a popular image and becoming new and different. The other condition of this parallelism is that they present people personality models through which they can identify.

Key Words

Personal names, domestic television series, name-giving culture, media, popular culture

Giriş

İnsan çevresinde gördüğü canlıları ve nesnelere, yaşadığı olayları, yaptığı ve karşılaştığı davranışları kısaca algıladığı her şeyi anlamlandırma ve adlandırma ihtiyacı içerisindedir. Adlandırma, bir şeyi başka şeylerle karşılaştırma, bazı ortak özellikler

saptama, farklı olanı görmezden gelme kısacası bir düşünme edimidir (Postman 2004: 86). Çıtayı daha öteye taşıyan Pierre Bourdieu’ye (1997: 24) göre ise adlandırma, göstermek ve varoluşa taşımaktır. Çünkü bir nesne ya da varlığın ismi, onun varoluşsal bir parçasıdır. İnsanın kendisi söz konu-

* Karadeniz Teknik Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Gazetecilik Bölümü Öğretim Üyesi, akose@ktu.edu.tr

su olduğunda bu anlamlandırma ve adlandırma işi çok daha önemli hale gelmektedir. Kişinin ismiyle/adıyla anılması hem dil hem davranış yoluyla kendini var etmesini olanaklı kılmaktadır (Bostancı 2009: 369). İsmi taşıdığı, karşıladığı veya içerdiği anlamın o kişinin karakterini, kişiliğini, kültürel aidiyetini, toplum içerisindeki yerini simgeleyen bir sembol olduğu düşüncesinden hareketle isim seçimi özel bir anlam kazanmaktadır (Örnek 1995: 148). Tanımlayıcı ve niteleyici yönü ile kişiyi hayatı boyunca simgeleyen ve doğumdan itibaren kişinin toplumsal varoluşunun bir parçası haline gelen sözcük olarak ismin ses, anlam, çağrışım ve toplumsal karşılığı ayrıca önemlidir.

Kişinin sosyo-kültürel kimliğini gösteren varoluş parolası olarak isimler, belli bir kültür, tarih ve anlam dünyasına aidiyetin izlerini taşımaktadır (Çelik 2007: 18). Bu bağlamda toplumların önemli kültürel değerlerinden olan kişi adları; adı verenin karakteri, beğenileri, eğilimleri, dünya görüşü, içinde bulunduğu toplumun yapısı, kültürü, dili, gelenek ve görenekleri hakkında ipuçları veren önemli dilsel malzemelerdir (Karahan 2009: 17). Zaman içinde, basit bir eylem olmaktan çıkan ad verme olgusu, her toplumun yapı ve anlayışına göre çok aşamalı, her aşaması farklı gelenek, görenek ve uygulamalardan oluşan kültürel bir olguya dönüşmüştür. Bu süreçte her toplumun kendi kültürünü yansıtan bir ad verme geleneği oluşmuş ve verilen adlar çeşitli kaynaklardan beslenmiştir (Demir 2010: 6, Örnek 1995: 148). Türk kültüründe de

geçmişten günümüze adın gelişigüzel verilmediği, ad seçiminde gelenekler ve kültür başta olmak üzere pek çok faktörün etkili olduğu ve ad verme seremonisinin çoğu zaman bir törenle gerçekleştirildiği görülmektedir. Nitekim ulusal destanlarımızdan Dede Korkut Hikayeleri ve Oğuz Kağan Destanı'nda da bir çocuğun ad almasının ve toplum içindeki yerinin, belli bir yaşa geldikten sonra yaptığı başarılı bir işe, gösterdiği kahramanlığa ya da bir işteki hünerine bağlı olarak verildiği detaylarıyla anlatılmaktadır (Binyazar 1996; Acıpayamlı 1992; Varis 2004).

Yaşam koşulları, zamanı algılayış şekilleri, inanç yapısı, iletişim tarzları, beğeni kalıpları, gündelik yaşam alışkanlıkları ve toplumsal kabullerin farklılaşarak yenilerinin eklenmesi ile kültür, sürekli değişip dönüşmektedir. Yaşanan döneme göre yeni formlar alan kültürün bu dinamik özelliği, ad seçimindeki usullerde ve önceliklerde de kendini göstermektedir (Kibar 2005: 58). Böylece dönemin özelliklerine ve değerlerine göre bazı isimler popülerliğini yitirirken, bazıları hızla popülerleşip yaygınlaşmakta; bazı isimler yapı, ses ve anlam açısından dilin kurallarının ve toplumun beğeni kalıplarının uzağına düşerek mazide kalırken, yerini duygusal değeri yüksek, olumlu çağrışımları olan, beğeni kalıplarına uyan yeni isimlere bırakmaktadır. Burada konumuz açısından önemli olan nokta; ad verme alışkanlıklarında ve kültüründe gözlenen değişimlerin ve "isim kataloglarında gözlenen farklılaşma eğilimlerinin" (Çelik

2006: 12) toplumsal ve kültürel değişimin izlerini takip etme ve değişimin yönü hakkında fikir verme açısından taşıdığı potansiyeldir.

İsimler, büyük ölçüde o ismi seçenlerin istek, arzu, umut, düş ve inançlarına bağlıdır. Bu noktada toplumsal bir varlık olan insanın beğenilerini ve tercihlerini şekillendiren sosyo-kültürel yapıyı ve medyanın bu yapı üstündeki etkilerini göz önünde bulundurmamak gerekmektedir. Zira kültürel ve toplumsal bir varlık olarak bireyin algı ve düşüncelerini şekillendiren medya, bilinç oluşturunca işleviyle toplumsal düzeyde tutum, davranış, yaşam tarzı ve alışkanlıkları etkilemektedir (Köse 2001: 330). Medyanın gündelik ve toplumsal hayatın pek çok alanında geçerli olan bu belirleyiciliği, isimlerle ilgili tercih ve yönelimlerin şekillenmesinde de etkilidir.

Türkiye’de tercih edilen adlar ve ad verme gelenekleri ile ilgili çok sayıda araştırma yapılmasına rağmen (Çelik 2006; Bostancı 2009; Canatan 2012; Zengin 2001; Kibar 2005; Örnek 1995; Karahan 2009), iletişim araçlarının egemen olduğu günümüz koşullarında çocuklara ad vermede izlenen usullerde ve geleneklerde, bu araçların etkisiyle ortaya çıkan değişime odaklanan araştırmaların sayısı sınırlıdır. Bu çalışma ile isimlerde belirginleşen toplumsal eğilim ve farklılaşmaların sosyo-kültürel değişme süreçleri ile ilişkili olduğu ve bu süreçte de medyanın etkili olduğu varsayımından hareketle, günümüzün en etkili kitle iletişim araçlarından olan televizyonun ve televizyonda da en fazla kitleye ulaş-

ma gücüne sahip olan dizilerin, ad verme eğilimlerini nasıl etkilediği tespit edilmeye çalışılmıştır. Araştırma kapsamında medyanın popüler olanı inşa etme süreci, iletişimin etkileri üzerine sosyo-psikolojik bir kuram ortaya koyan George Gerbner’in “Kültürel Göstergeler ve Ekme Tezi” (Çığ 2006: 33) çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Televizyonu, “yeni hikaye anlatıcısı” olarak nitelendiren ve diğer kitle iletişim araçlarından ayrı bir yere koyan Gerbner, televizyonun uzun dönemli kültürel etkileri üzerine analizler yapmıştır (Çığ 2006: 12). Gündelik hayatın doğal bir parçası haline gelen televizyon izleme pratiği ile sosyal gerçeğin inşası arasındaki ilişkiyi incelediği Kültürel Göstergeler Projesi’nde düşünür, “gerçek dünya” ile “televizyon dünyası” arasındaki ayrıma odaklanmıştır (Erdoğan ve Alemdar 2010: 165; Mutlu 2005: 123). Gerbner, televizyon dünyasının kurmaca gerçekliğinin, temsili doğasının ve dramatik temsil yapısının izleyenlerin dünyayı anlamlandırmaları üzerinde etkili olduğunu ve televizyonun, “bilinç ekme” yoluyla gelecekteki tercihleri ve kullanımları etkileyen tutumları şekillendirdiğini belirtmiştir. Gerbner araştırma sonucunda televizyonun etkisiyle izleyicilerin, televizyonun simgesel dünyasına ait parametreleri gerçek toplumsal dünyayı tanımlamada kullandıklarını tespit etmiştir. Bu, izleyicilerin bir televizyon dizisindeki karakterlerin yaptıklarını, söylediklerini, giydiklerini önemsemeleri ve kendi davranış biçimlerini belirlerken bu dizilerdeki imaj, düşünce ve değerlendirmeleri re-

ferans almaları anlamında önemlidir. Konumuz açısından ele alındığında; televizyon dizilerindeki popüler karakterlerin isimleri ile toplumda yaygınlaşan isimler arasındaki benzerlik; zihinsel, toplumsal ve gündelik hayatta yaşanan değişimin yönüne işaret etmesi ve medyanın etkisini ortaya koyması açısından önemli bir gösterge ve veri kaynağı niteliğindedir.

Değişen Zamanlar ve Değişen Ad Verme Kültürü

Toplumların önemli kültürel değerleri arasında yer alan ad vermede inançlar, adetler ve gelenekler belirleyicidir. Ancak dönüşmekte olan geleneksel yapı isim seçme eğilimlerinde de kendini göstermektedir. Geleneksel toplumlarda isimler, cemaati ve cemaatin kültürünü yaşatmaya yönelik bir değer iken, modern toplumsal yapıda isimler bireysel tercihlerin konusu ve bireyselliğin göstergesi haline gelmektedir. Geleneksel kabulde kişiyi geçmişe bağlayan, kökenle irtibatı kuran sembolik kodlar olarak isimlerin, kişilerin geleceğine ilişkin mesaj ve temenniler içeren özel anlamlar taşınması ve kişilerin isimlerine atfedilmiş tarihsel, kültürel, dini anlamlarla özdeşleşmesi beklenirken, modern dünyada isimler bu tür misyonlardan azade tutulmaktadır (Çelik 2007: 8). Böylece toplumsal kabullere uyan, nitelendirici ve betimleyici yönü ağır basan isimler yerine bireysel tercih, beğeni ve yorumların ön planda olduğu isimler yaygınlaşmaktadır.

Geleneksel anlayış ve kalıplardan sıyrılarak modern bir yapı inşa etmeye çalışan Türkiye örneğine bakıldığında,

toplumsal yapı ve gündelik hayatın işleyişinin köklü bir değişim içerisinde olduğu gözlenmektedir. Geçmişten günümüze yaşadığı hızlı kentleşme ve modernleşme çabaları sonucunda Türkiye, geleneksel topluma özgü algılama, anlayış ve yaşam kalıplarından uzaklaşarak modern ile gelenekselin özelliklerini taşıyan melez bir kültür inşa etmiştir (Vatandaş 2006; Karpaz 2010; Ahmad 2009). Etkileri ve sonuçları itibarıyla farklı açılardan ele alınabilecek bu değişim süreci, kültürün hemen her alanında olduğu gibi isim verme anlayış ve pratiklerinde önemli değişimleri beraberinde getirmektedir.

Türkiye'deki kişi adları üzerine yapılan araştırmalar, ad verme geleneği çerçevesinde adların verilmiş sebepleri, anlamları, ad verme ritüelleri üzerine değerli bilgiler ortaya koymaktadır (Karahan 2009: 18; Çelik 2006; Bostancı 2009; Canatan 2012; Zengin 2001; Kibar 2005; Örnek 1995). Bu araştırmalar, Türk kültüründeki önemli değerlerden olan isimlerin kaynakları ile isim seçimini etkileyen faktörler arasında çeşitlilik ve bağlantısallık açısından ilgi çekici benzerlikler olduğunu göstermiştir. Bunlar içerisinde Türkolog Laszlo Rasony'nin yaptığı ayırmadan hareketle geliştirdiği isim sistemi ayrı bir yere sahiptir. Rasony (2007: 41-45) isimleri; totemistik isimler (hayvan, maden ve bitkiler gibi doğa güçleriyle ilgili isimler); ruhlara ya da yaratıcıya (koruma veya temenni içeren isimler) mesaj verme amaçlı isimler; kadere (kötülüğü, kötü ruhları şaşırtma, minnet ve şükranı

ifade etme vb.) mesaj anlamındaki teofor isimler; güzel duyguları (hayranlık, dostluk, mutluluk ile ilgili isimler) ve tabiattaki güzellikleri yansıtan isimler; çocuğun doğduğu zaman ve mekana dair (doğduğu yer, gün, ay ve mevsimle ayrıca coğrafi, ve meteorolojik öğelerle ilgili isimler) rastlantılarla ilgili isimler; rütbe ve unvan isimleri olarak yedi ana başlık altında toplanmıştır. Ayrıca ata ve akraba isimleri, kültür değişimini yansıtan adlar ve dini adlar da yaygın olarak verilmektedir.

Türkiye'deki ad verme geleneklerinde, büyükanne ve büyükbabanın belirleyiciliği söz konusuysen toplumsal yapısının değişmesiyle birlikte bu gelenekler mazide kalmış ve kentsel çekirdek ailelerde anne-baba merkezli bir ad verme eğilimi yaygınlaşmıştır (Çelik 2006: 49). Türkiye'nin kendine özgü koşullarında yaşanan kentleşme, aile içi rollerin değişmesine, tarihsel ve kültürel kodların zayıflamasına, geleneksel anlam kalıplarının ve yaşam biçimlerinin farklılaşmasına ve dolayısıyla isimle ilgili geleneksel anlayış ve uygulamalardan uzaklaşılmasına yol açmıştır. Buradan hareketle genelde din, tabiat ve hayvan adlarından, tasvir etmeye yönelik sözcüklerden ve dilek/temenni bildiren kelimelerden oluşan kişi adları yerini, çocuğun geleceğine ve ilişkilerine olumlu etki yapacağı düşünülen isimlere bırakmaktadır (Kibar 2005: 137). Bu durumun özellikle yeni kentlilerin sınıf atlama ve statü yükseltme özelemlerinin bir yansıması olduğundan bahseden Celalettin Çelik (2007: 11-12), yeni bir

kimlik ve dolayısıyla gelecek inşa sürecinde geleneksel isimlerden ziyade üst sınıfların eğilimlerini yansıtan ve "modern" olarak algılanan isimlerin tercih edildiğini belirtmektedir. Douglas Kellner (2001: 188) ise bu durumu, mevcut toplumsal roller ile yaşam olanakları ve günün modası hakkında değerlendirmeler yapan insanın, gelenekle arasına mesafe koyma çabası olarak yorumlamaktadır.

Medya Etkisindeki Kültürel Beğeni ve Eğilimler

Bourdieu'ye (1997:51) göre zihinsel yapımızı, görüş, algı ve düşünme tarzımızı şekillendiren etkenlerin başında, dünyaya açılan pencere olarak nitelendirilen medya ve medyanın inşa ederek tüketime sunduğu popüler kültür gelmektedir. Bir toplumda yaygın olarak paylaşılan inançları, pratikleri ve nesnelere ifade eden, dolayısıyla günümüzde "halka ait olma" anlamından uzaklaşarak "nüfusun çoğunluğu tarafından tercih edilen"e (Erdoğan 2001: 75) dönüşen popüler kültür, sıradan insanın umut ve beklentileriyle, düş ve hayalleriyle, sevinç ve öfkeleriyle bağlantı kurabilen öğeler içerdiğinden, doğrudan gündelik hayat içinde biçimlendirilmektedir. Bu anlamda gündelik hayatın kültürü olarak popüler kültür, insanları belirli şeylere yönlendirirken belirli şeylerden uzaklaştırarak aslında belirli bir yaşam tarzının ideolojik olarak yeniden üretilmesinin önkoşullarını sağlamaktadır (Oktay 1997: 20, 250).

Popüler kültürel formların en önemli üretim kaynağı ise medyadır (Mukerji ve Schudson 1991 Mutlu

2005: 313'den). Öyle ki popüler kültürün medyadan geçerek yayılan ve hayatımızın yeme-içme, giyinme, eğlenme, konuşma, davranış kalıpları, alışkanlıklar, hal ve hareketler gibi tüm alanlarına nüfuz eden egemen pratikler bağlamında ele alınması söz konusudur (Erdoğan vd. 2006: 558; Er-cins 2009: 501). Medya ve popüler kültür ilişkisini değerlendiren John Fiske (1999: 194) kültür endüstrisi ürünlerinin popülerliklerini, çok anlamlı olmalarına ya da değişik anlamlar ve hazlar üretebilme potansiyellerine değil, bu yöndeki tüketim anlayışının medya tarafından empoze edilmesine borçlu olduğu görüşündedir. Bu bağlamda medyanın yaygınlaştırdığı popüler kültür ürünlerinde yerleşik olan egemen anlam ve değerlerin deşifre edilmesi ve bunların gündelik hayatın pratiklerine, günlük dile, her gün yeniden üretilen kültürel ürün ve ritüellere yansımalarının incelenmesi (Özbek 2002: 9) medya etkisinden bağımsız düşünülemez günümüz birey ve toplumlarını çözümlemek açısından eşsiz bir kapı aralamaktadır.

Popüler kültürün bir diğer özelliği, bir toplumdaki anlam, değer ve zevkleri yaratan ve dolaşıma sokan etkin bir süreç olmasıdır (Akdağ 2008: 231; Erdoğan 2004). Bu noktada anlam ve değerlerin sürekli dolaşımına yapılan vurgu, popüler kültürün varlığını ve etkisini, kalıcılığına değil sürekli yenilenme ve değişkenlik kapasitesine ve bu sayede gündelik yaşamın rutinleriyle kolayca uyum sağlayabilme becerisine borçlu olduğu anlamına gelir (Fiske 1999: 155; Köse 2009: 89). Öyle

ki popüler kültürde, kalıcılıkla değil değişimle süreklilik sağlanmaktadır. Bourdieu'nün günümüz ayaküstü hızlı yemek yeme alışkanlığına atıfla kullandığı "kültürel fast-food" kavramlaştırması, basit içerikli, kolay anlaşılabilir, standartlaştırılarak kitlelerin ortalama beğenisine sunulan, televizyon başta olmak üzere tüm medya tarafından yaygınlaştırılan ve hazmedilmesi kolay bir kültürel gıdaya denk gelmektedir (Köse 2009: 77). Müzik alanında her hafta değişen "top 10" listeleri ya da bireysel özgürlüğün ve tercihin ifadesi olarak popülerleştirilen geçici yenilikler olan modanın belirlediği kıyafetler, takılar, kitaplar, filmler, yemekler aracılığıyla bir yandan sahte farklılıklar yaratılırken diğer yandan toplumsal beğeni kalıplarının güvenli limanında aykırılıktan korunmak mümkün olmaktadır (Er-cins 2009:450, Erdoğan vd. 2006:546). Toplumsal beğeni kalıplarını belirleyen modayı etkileyen ve yayan araçların başında ise gazeteler, dergiler, reklam şirketleri, sinema filmleri, bir bütün olarak internet ve özellikle televizyon gelmektedir. Medyanın yaydığı ve popülerleştirdiği bu yenilikler, bu geçici yeniliklere açık bireyler tarafından hızla benimsenerek gündelik hayatın bir parçası ve rutini haline gelmektedir. Bu noktada ise bireylerin popüler kültüre neden ayak uydurmak istedikleri sorusu önem kazanmaktadır.

Bireyler popüler kültüre ayak uydururlar, çünkü böylece toplumsal beğenilerin şekillendirdiği estetik anlayışına uyarak çoğunluğun bir parçası

olabilir; toplum içinde aykırı kalmanın baskısı ile mücadele etmek yerine kalabalıklar içinde kaybolmanın ve kendisini kültürel açıdan “normal” kabul edilen bir noktada konumlandırmanın rahatlığını yaşarlar (Ercins 2009: 505-506). Ancak bu asla bir sıradanlaşma, tektipleşme, standartlaşma ve herkesten biri olma anlamına gelmemektedir. Zira popüler kültür, bireyselliği ön plana çıkaran “özgür seçim”, “kendini gerçekleştirme”, “farklılık”, “özne olma” gibi ideolojik kavramlar aracılığıyla bu benzeşme ve sıradanlaşmayı gözlerden ve zihinlerden uzak tutmaktadır (Adorno 1941: 21; Akdağ 2008: 232’den). Buradaki ayırıcı noktalardan bir diğeri ise popüler kültürün benzeştirme, tek tipleştirme, standartlaştırma etkisinin bir eksiklik olması değil aksine yaygınlığından hareketle kitlelerin düş, istek ve arzularını karşılama anlamında büyük bir güce sahip olmasıdır (Kırtunç 2013).

Popüler kültür tüketim pratikleri, yaşam tarzları, kültürel alışkanlıklar ve beğeni kalıplarının şekillendirilmesi yanında kimliği belirleyen bazı değerlerin oluşturulmasında da tanımlayıcı bir kategori olarak önemlidir (Köse 2009: 73). Bu anlamda popüler kültür, bireysel beğenileri ve tercihleri etkileyerek o kişiye bir kimlik ve toplum içinde bir imaj kazandırır. Kimliği tanımlayan bir gösterge ve toplumsal varoluşun önemli bir bileşeni olarak isimler ise kaçınılmaz olarak belli dönemlerde egemen olan düşünce akımlarından, toplumsal eğilimlerden, kültürel formlardan ve elbette dönemin popüler kültüründen izler taşımaktadır.

Mesela 1970’lerin ortasında Ecevit isminin yaygınlaşmasında siyasetçi Bülent Ecevit’in, kitlelerin Karaoğlan’ı olarak kahramanlaştırılmasının (Köse ve Yılmaz 2012: 96-103); yine 70’lerde yaşanan toplumsal kargaşa ve şiddet ortamının bir yansıması olarak yorumlanabilecek Özgür, Barış, Deniz, Özlem gibi isimlerinin 1980’de ortaya çıkmasında¹ ya da 1980’lerde en fazla tercih edilen ilk 3 isim (bkz. TÜİK ADNKS 2012) içerisinde yer alan Murat adının popülaritesinde Cüneyt Arkın’ın “Kara Murat” filmlerinin ve Murat isimli “delikanlıların” ve “esas oğlanların” çoğunlukta olduğu Yeşilçam Sineması’nın etkisi yadsınmaz. Türkiye’nin zihinsel ve toplumsal yapısı ile beraber kültürel kodlarının değişerek yeni bir form kazandığı 1980’ler, bu açıdan ayrı bir yere sahiptir. Kitle iletişim araçlarının yaydığı kültür olan popüler kültürün hakimiyetini ilan ettiği bu dönemde, dilden müziğe, tüketimden politikaya ve insan ilişkilerine kadar hemen her alanda temel belirleyici televizyondur (Gürbilek 2009). Hayatın hemen her alanında dönüştürücü bir etkiye sahip olan televizyon, gücünü ad verme eğilimlerinde de hissettirmiş ve ünlü şarkıcılar, dönemin film ve dizi kahramanlarının isimleri toplumda hızla yaygınlaşmaya başlamıştır.

Popüler Diziler ve Popüler İsimler: Dizi Karakterleri ile Özdeşleşme

Her çağın kendine özgü bir dili ve kültürü vardır. Mesela antik çağda sözlü ve sözlü kültür egemenken, aydınlanma ve modernleşme ile birlikte yazı ve

yazılı kültür hakimiyetini ilan etmiştir. Bugünün dünyasında ise; iletişim teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucunda görsel kültürün adeta tek belirleyici haline gelmesi ve yaşam deneyimlerimizin medyada üretilen yapay olaylardan ve gerçeklerden oluşmaya başlaması söz konusudur (Oktay 1997: 249). Vehbi Bayhan'ın (2011: 451) deyişiyle sözlü kültürden yazılı kültüre geçmeden görsel kültürün etkisi altına giren Türkiye'de, televizyonun önemli ve belirleyici olduğu bir toplumda ve bir zamanda yaşamaktayız. Güçlü bir iletişim aracı olarak televizyon, eğlence alışkanlıklarını, haber alma tercihlerini, sosyal ilişki biçimlerini, gelenekleri, insanların gerçeklik algısını ve dolayısıyla dünyayla ve birbirleriyle olan ilişkilerini değiştirerek yeni bir toplum ortaya çıkarmıştır (Williams 2001: 223). Bu toplumda televizyonun, aile içinde eğlenme ya da toplumsallaşma amaçlı kullanımından karar alma sürecindeki belirleyiciliğine; davranış örneği oluşturmasından temel enformasyon kaynağına dönüşmesine kadar çok farklı kullanım şekilleri mevcuttur (Mutlu 2005: 142). Nitekim televizyon ve gündelik hayata etkileri konusunda araştırmalar yapan Roger Silverstone'un (1994) televizyonun, gündelik yaşam rutinlerinin içine sızarak hayatın her safhasında kendine yer açtığı ve toplumsal ilişkilerin devamı haline geldiği yönündeki tespitleri ufuk açıcı niteliktedir. Bu noktada dikkatleri, toplumdaki algıları, anlayışları, alışkanlıkları, pratikleri ve yaşam tarzlarını etkileme gücüne sahip olan medya -özellikle görselliğin

kuşatması altındaki çağımızda görsel kültürün temel üreticisi konumundaki televizyon- üzerinde yoğunlaştırmak, gündelik hayatın nasıl şekillendiğini anlamak için önemli bir çıkış noktasıdır.

Türkiye'de televizyon izleme alışkanlıkları ve tercihleri üzerine yapılan araştırmalarda en çok diziler ve haberlerin izlendiği, televizyonun evin neredeyse birlikte en fazla zaman geçirilen bir aile üyesi haline gelmesinde, her akşam birbiri ardına arzı endam eden dizilerin büyük payı olduğu tespit edilmiştir. RTÜK Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2012²'de ortaya konan veriler de bu tespiti destekler niteliktedir. Hafta içi ortalama 3,7 haftasonu ise 4,4 saat televizyon izleyen halkın televizyon programları içerisinde % 76.7 ile en sık yerli dizileri tercih ettiği, televizyonda öncelikli olarak yayınlanmasını istediği program türleri içerisinde de dizilerin, % 86.3 ile ilk sırada olduğu saptanmıştır.

Televizyon yayıncılığında simgesel anlatı yapısıyla geniş kitlelere ulaşma potansiyeline sahip olan dizilerin, ad verme kültüründe ortaya çıkardığı değişime odaklanan bu çalışmada, toplumda yaygınlaşmaya başlayan kişi adlarına ilişkin istatistikler üzerinden toplumdaki değişimin yönü, değişimde etkili olan faktörler ve toplumdaki yapısal dönüşüm hakkında tespitler yapılmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede 2012 Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS) verilerinde yer alan doğum tarihi bazında en çok kullanımda olan kadın ve erkek isimleri ve ilk 100 isim içindeki sıralama temel alınmıştır.

Araştırma kapsamında öncelikle 2000 sonrasında yayınlanan diziler araştırılmış ve 2000-2012 yılların arasında 380 yerli dizi³ yayımlandığı tespit edilmiştir. 2000 sonrasında yayınlanan ve izlenme oranları ile popülerlik açısından ülke gündemine yerleşen ve üzerine tartışmalar yapılan diziler, modern hayatın koşturmacası içerisinde apartman komşusunun, köşedeki bakkalın ya da işyerindeki güvenlik görevlisinin adını bilmeyen insanları, dizi kahramanlarının hayattaki korkularına, hayallerine, dünyaya bakışlarına ortak ederek izleyicileri kurgulanmış ve sahte gerçekliklerin bir parçası yapmaktadır. İşte bu nedenle insanlar, gündelik konuşmalarında sıklıkla televizyon programlarına, filmlere, dizilere ve televizyondan tanıdığı karakterlere gönderme yapmakta ve söylemek istediklerini örneklemek ve somutlaştırmak için bu karakterleri, olayları ve karakterlerin dilini kullanmaktadırlar (Mutlu 2005). Televizyon aracılığıyla şekillendirilen hakim toplumsal temsil biçimlerinin, zihin ve duygu yapılarının izdüşümlerini ise isim tercihlerindeki farklılaşmalarda ya da toplumda popülerleşen isimlerde görmek mümkündür.

Televizyonda yayınlanan yerli dizilerin isim tercihlerindeki değişime olan etkilerini ortaya çıkarmak üzere tasarlanan bu çalışmaya öncelikle dizilerdeki ana karakterlerin isimleri tespit edilerek başlanmıştır. Ardından bu isimlerin, 1950 ve 2012 yılları arasında en fazla tercih edilen ilk 100 ismin sıralandığı resmi isim istatistiklerindeki oranları tespit edilmiştir. Bu aşamada öncelikle “İncelenen 380 yer-

li dizinin yayımlandığı dönem ile dizilerdeki ana karakterlerin isimlerinin bu istatistiklerde ortaya çıktığı ya da kullanılagelen isimlerin bu dizi karakterlerinin ardından hızla yaygınlaştığı dönem arasında bir paralellik var mı?” sorusuna cevap aranmıştır. Bu sorulara verilen cevaplar çalışmada analiz edilecek isimler ve dizilerin, diğer bir deyişle araştırmanın örnekleminin netleştirilmesine yardımcı olmuştur. Örneklem belirlenirken dizilerin izlenme yani rating oranları ya da yayın sürelerine ilişkin bir kriter kullanılmadığını, bahsi geçen dönemde yayınlanan 380 dizinin tamamının incelendiğini belirtmekte fayda vardır. Burada, araştırmanın amacına en uygun örnekleme belirlemek maksadıyla, yerel dizilerin isim verme kültürünü şekillendirdiği ve seçilen isimleri etkilediği yönündeki varsayımımıza uyduğu düşünülen, konumuz açısından temsil niteliği olan diziler ve isimlerin seçilmesiyle yargısal bir örneklem belirlendiğini belirtmek yerinde olacaktır.

İncelenecek isimler belirlenirken ayrıca, bu isimlerin ortaya çıktığı ya da yaygınlaştığı dönemin öncesi ve sonrasındaki 3 yıllık zaman dilimi de araştırmaya dahil edilmiştir. Böylece belirlenen isimlere ilişkin oranların dizilerin yayınlanmasından önceki ve sonraki oranlarıyla karşılaştırılması ve daha net sonuçlara ulaşılması mümkün olmuştur. Bu analizler sonucunda araştırma kapsamına giren 380 diziden sadece 15 tanesinin isim istatistiklerini şekillendirici etkiye sahip olduğu tespit edilmiş ve aşağıdaki tablo ortaya çıkmıştır:

İsim	Dizi	Yayın Yılı	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası
Asmin	Aşk Bir Hayal	2009-2011	2007-0	2008-0	2009-0	2010-20	2011-34	2012-52					
Asya	Asi	2007-2009	2005-0	2006-0	2007-0	2008-0	2009-58	2010-51	2011-41	2012-45			
Boran	Sıla	2006-2008	2003-0	2004-0	2005-0	2006-0	2007-78	2008-0	2009-0	2010-0			
Çınar	Lale Devri	2010- devam	2007-0	2008-0	2009-0	2010-86	2011-15	2012-10					
Eymen	Annem	2007-2009	2005-0	2006-0	2007-0	2008-85	2009-54	2010-37	2011-31	2012-24			
Havin	Haziran Gececi	2004-2006	2002-0	2003-0	2004-0	2005-76	2006-93	2007-0	2008-0	2009-100			
Metem	Öyle Bir Geçer Zaman ki	2010-2013	2008-0	2009-0	2010-0	2011-93	2012-0						
Naz	Yalançı Yarım	2006-2007	2003-0	2004-0	2005-0	2006-0	2007-84	2008-76	2009-0	2010-0	2011-0		
Nazar	Kımah Kar	2002-2004	2000-0	2001-0	2002-0	2003-25	2004-51	2005-0	2006-0	2007-0			
Nehir	Bir Dilim Aşk	2004	2001-0	2002-0	2003-0	2004-93	2005-34	2006-18	2007-18				
Polat	Kurtlar Vadisi	2003-devam	2000-0	2001-0	2002-0	2003-0	2004-100	2005-0	2006-0	2007-0	2008-0	2009-0	2010-0
Sıraç	Hayat Devam Ediyor	2011-2013	2008-0	2009-0	2010-0	2011-0	2012-96						
Yağız	Gece Sesleri	2008-2009	2005-0	2006-0	2007-0	2008-81	2009-47	2010-60	2011-83	2012-76			
Zerda	Zerda	2002-2004	1999-0	2000-0	2001-0	2002-0	2003-86	2004-0	2005-0	2006-0	2007-0		
Zilan	Aşka Süngün	2005-2006	2002-0	2003-0	2004-0	2005-50	2006-37	2007-91	2008-0	2009-0			

Tablo-1: Dizi karakterleri ile ortaya çıkan isimlerin ADNKS ilk 100 isim sıralamasındaki yeri

Bir toplumda tarihin belli bir dönemde popülerleşen ve yaygınlaşan erkek ya da kadın isimleri, o toplumda egemen

olan değerler konusunda ipuçları vermesi açısından önemli bir göstergedir. Belirli bir toplumda belirli bir zaman diliminde geçerli ve etkili olan değerler, anlayışlar ve pratikler, o toplumda bazı sözcüklerin, bazı isimlerin, bazı kalıpların, bazı anlamların bazı insanlar tarafından neden sıkça kullanıldıklarını (Fiske 1999: 147) ya da nasıl popülerleştiklerini anlamak açısından genel bir bakış kazandırmaktadır. Bu noktada resmi nüfus istatistiklerinde görülen farklı ve yeni isimlerin birden ortaya çıkarak yaygınlaşmasının ya da bilinen gelenekselleşmiş bazı isimlerin belli dönemlerde popülerleşerek hızla tercih sırasında yukarı tırmanmasının ardında yatan sebeplerin farkına varmak, toplumdaki değişimin nedenlerini ve dolayısıyla değişimin yönünü tespit edebilmek açısından önemlidir.

Eldeki veriler bu açıdan değerlendirildiğinde; isim kataloglarındaki Mustafa, Mehmet, Ayşe, Emine gibi geleneksel isimlerin geçmişten günümüze yoğun şekilde tercih edildikleri gözlenmektedir. Ancak modanın etkisi giyim-kuşam, yeme-içme ve konuşma kalıplarında olduğu gibi seçilen isimlerde de kendini göstermekte ve bazı isimler belirli dönemlerde birden ortaya çıkarak hızla yaygınlaşmaktadır. Bu isimlerin kaynakları araştırıldığında, dönemin popüler dizilerinin ana karakterlerine ait oldukları ve dizilerin yayın süresince popülerleşen bu isimlerin dizilerin sona ermesiyle popülerliklerini yitirdikleri gözlenmektedir. Yerli dizilerle popülerlik kazandığı tespit edilen isimler şunlardır;

İsim kataloglarına “Aşk Bir Hayal” dizisiyle giren ve dağ çiçeği anlamındaki Asmin; Asi dizisinin minik karakterinin algılaması yüksek, mantıklı anlamlarına gelen ve ayrıca dün-

yadaki anakaralardan birinin adı olan Asya; “Sıla” dizisinin modern ağası ve tıpkı rüzgar, şimşek, gök gürültüsü ve yağmurun birbirine karıştığı hava olayını anlatan adı gibi geleneksel ile modern değerlerin sentezi ve bir çarpışması olan Boran; kalın ve güçlü gövdesiyle gökyüzüne merdiven dayamış hissi uyandıran uzun ömürlü çınar ağacına öykünülerek tercih edilen “Lale Devri” dizisinin güçlü işadama Çınar; “Haziran Gecesi” dizisi ile isim istatistiklerine giren yaz gecesi anlamındaki Havin; “Annem” dizisiyle yaygınlaşan ve uğurlu, taliqli manasındaki Eymen; tarihe adını yazdıran büyük Türk-Hun imparatorundan gelen ve “Öyle Bir Geçer Zaman Ki” dizisinin duygu ile mantık arasındaki ölçüyü kaçırmayan kahramanı Mete; Yalancı Yarım dizisinin şımarık, edalı ve zengin kızı Naz; “Kınalı Kar” dizisinin popülerleştirdiği ve dizinin bitmesiyle popülerliğini kaybeden bakış, düşünme, saygı anlamındaki adıyla dizinin asi kızı Nazar; kelime olarak çok bol su anlamına gelen ve suyun bolluk ve bereket çağrışımlarından hareketle isim olarak kullanılan “Bir Dilim Aşk” dizisindeki Nehir; izlenme oranları açısından zirvedeki yerini koruyan “Kurtlar Vadisi” dizisinin aynı popülerliği isim kataloglarında bulamayan kahramanının çelik, güç, kuvvet anlamına gelen adı Polat; “Hayat Devam Ediyor” dizisiyle isim luga-tımıza dahil olan ışık, meşale, kandil manasına gelen isim Sıraç; ölüm döşegindeki annesinden kim olduğuyla ilgili gerçeği öğrenerek köklerini arayan ve intikam savaşına giren, adı gibi esmer ve yiğit bir genç adam Yağız; bir kadını kahramanlaştırmasıyla farklı bir yerde duran “Zerda” dizisi ile isim listelerine giren ve aynı hızla çıkan

“altın gibi” anlamındaki isim Zerda; “Aşka Sürgün” dizisiyle keşfedilen ve yeniden doğuşu ifade eden Zilan.

Öyle ki 2010 yılında 20. sıradan isim istatistiklerine giren Asmin, 2007 yılında 78. sırada ilk kez görülen Boran ya da 2003 yılında 25. sıradan isim kataloglarına dahil olan Nazar örneklerinde olduğu gibi dizilerin yayın döneminde bu isimlerin hızla yaygınlaştıkları saptanmıştır. İsim istatistiklerinde dikkat çeken bir diğer nokta ise Arda, Cemre, Efe, Emir, Emirhan, Eren gibi isimlerin geçmişteki görece sınırlı kullanımlarını aşarak birden popülerleşmeleridir. Buna ilişkin veriler ise Tablo-2’de yer almaktadır.

İnsan ve toplum söz konusu olduğunda değişimin kaynağını belirlemek ve net bir neden-sonuç ilişkisi kurmak hayli zordur. Ancak Arda isminin hızla yaygınlaşmasında ve hatta dizinin yayınlanmaya devam ettiği 2006 yılında en fazla tercih edilen erkek ismi haline gelmesinde “Zerda” dizisinin çocuk karakterinin etkili olduğunu; Emir adının 2012 yılında en fazla ve-

rilen 3. isim sırasına yükselmesinde “Adını Feriha Koydum” dizisinin payı olduğunu ya da ilk olarak 1988 yılının isim istatistiklerinde karşımıza çıkan Eren adının 2001’de 12. sıraya yükselmesinde “Evdeki Yabancı” dizinin rolü olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu noktada bazı isimlerin gündelik hayattaki popüleriteleri nedeniyle dizinin ana karakterine verilmiş olabileceği düşünülebilir. Ancak burada gözden kaçırılmaması gereken nokta halihazırda kullanılagelen ve toplumsal hafızada bir yeri olan bu isimlerin birden ve hızla yaygınlaşması ile bu isimleri taşıyan karakterlerin öne çıktığı dizilerin yayınlandığı dönem arasında bir paralellik olup olmamasıdır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bu isimlerin popüleritelerinin artmasında ve yaygınlık kazanmalarında bu dizilerin ve karakterlerinin etkisi olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür.

Günümüzde popülerliğin inşasında medya, toplumsal beğeni kalıplarını şekillendiren, toplumsal iyiyeye ve güzele rehberlik ederek eğilimleri

İsim	Dizi	Yayın Yılı	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası	İlk 100 isim içindeki sırası
Arda	Aliye	2004-2006	2001-94	2002-81	2003-64	2004-38	2005-5	2006-1	2007-2	2008-2	2009-2
Cemre	Kuzey-Güney	2011-2013	2008-66	2009-83	2010-56	2011-52	2012-21				
Efe	Kavak Yelleri	2007-2010	2004-33	2005-24	2006-28	2007-15	2008-9	2009-16	2010-20	2011-23	2012-30
Emir	Adını Feriha Koydum	2011-2012	2008-38	2009-40	2010-28	2011-4	2012-3				
Emirhan	Büyük Yalan	2004-2005	2001-13	2002-11	2003-11	2004-12	2005-2	2006-5	2007-6	2008-6	
Eren	Evdeki Yabancı	2000	1997-61	1998-57	1999-60	2000-47	2001-12	2002-15	2003-16		
Narin	Bir Bulut Olsam	2009	2006-0	2007-88	2008-0	2009-87	2010-0	2011-0	2012-0		

Tablo-2: Toplumsal hafızada varolan ancak dizi karakterleri ile popülerleşen bazı isimlerin ADNKS ilk 100 isim sıralamasındaki yeri

biçimlendiren araç olarak önemlidir. Bu bağlamda dizilerde öne çıkan ve olumlu bir imaja sahip olan karakterlerin isimlerinin, yeni ve farklı olarak algılanma, kulağa hoş gelme ve “olumlu çağrışımlara sahip olma” (Türkmen 2009: 102) kriterleri çerçevesinde yaygınlaştıkları saptanmıştır. Nitekim yapılan araştırmalar, isim seçiminde akılda kalıcılık, söyleniş güzelliği, ahenk, kulağa hoş gelme, yaygınlık ve beğenilirlik gibi çekicilik temelli unsurların, isimlerin toplumsal algıda kazandıkları güçlü ve olumlu çağrışımların ve sahip oldukları duygu değerinin etkili olduğunu ortaya koymaktadır (Kibar 2005: 70-71; Başgöz 1986: 215; Zengin 2001: 72; Türkmen 2009: 102). Günümüzde yeni ve farklı olanın “iyi” olduğu yönündeki yaygın kanaatten hareketle isimler, farklılaşma ve ayrışma aracı olarak algılanmakta ve bu nedenle kimi zaman herhangi bir dilsel form ve anlam temeline dayanmayan ancak estetik kaygılara cevap veren isimler tercih edilmektedir (Çelik 2006: 50-58). Güznel bir anlam taşıma hatta anlamlı olma kriterinin yerini, moda isimleri çağrıştırmaya önceliğine bıraktığı günümüz koşullarında, sıradışı ve farklı olmak adına duyulmamış, anlamı bilinmeyen ancak kulağa hoş gelen isimler yaygınlaşmaktadır.

Burada önemli olan konulardan bir diğeri ise dizilerde karşımıza çıkan her ismin aynı kimlik inşa edici güce ve dolayısıyla aynı popülerliğe kavuşamamasından hareketle, dizilerin etkisiyle yaygınlaşan isimlerin toplumdaki karşılığı ve çağrışımları açısından nerede birleştikleri ve ayrıldıkları hususudur. Dizi karakterlerinin insanlara kendi davranış, tarz ve tutumlarında model alabilecekleri,

özdeşleşebilecekleri, taklit edebilecekleri ve kişisel hayatlarına uyarlayabilecekleri imajlar ve kişilik modelleri sunması önemlidir. Ancak bu şekilde insanların televizyonda izledikleri olay ve karakterleri kendi reel yaşamlarıyla ilişkilendirmesi, sunulan yaşam biçimlerini deneyimliyor gibi hissetmesi ve dizideki sevilen bir karakterle özdeşleşmesi mümkün olmaktadır (Mutlu 2005: 156; Kellner 2001: 194-197). Bu özdeşlemede, gerçeklik duygusunu yok ederek kendi gerçeklik ideolojisini yerleştiren televizyonun, Gerbner’in (Mutlu 2005; Erdoğan ve Alemdar 2010) deyişiyle “gerçek dünya”nın yerine geçen “televizyon dünyası”nın, düşüncelerimizi, inançlarımızı, geleneklerimizi, alışkanlıklarımızı, algılarımızı ve tepkilerimizi kısacası dünyayla kurduğumuz ilişkinin çerçevesini belirleme gücü etkilidir.

Televizyonda ve özellikle dizilerde sunulan yaşamların somut yani çalışan, yiyen-içen, gülen-ağlayan, seven-öfkelenen insanların hayatları öngörülerek yaratılması, olay örgüsünün gündelik hayattaki karşılıkları esas alınarak kurgulanması ve inşa edilen erkeklik ve kadınlık temsillerinin “olumlu benlik ihtiyacı”nı (Işık 2001: 123-131) karşılayacak nitelikte olması büyük önem taşımaktadır. Böylece sahici insanların dünyalarından çıkarılan ve gerçek hayatlara gönderen öyküler olarak televizyon anlatılarında sahte ve kurmaca, gerçeğin yerine geçebilmekte (Oktay 1997: 250-254) ve izleyicilerin dizilerde idealize edilen sahte gerçeklerden hareketle kendi anlamlarını üretmeleri sağlanmaktadır. İşte ancak bu şekilde televizyon karakterlerinin gerçek anlamda mahremiyetimize girmesi, aramıza karışması ve çocuklarımıza verdiğimiz

isimler aracılığıyla bizlerden biri olmasının yolu açılmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Bireylerin kimliğinin önemli bir parçası ve insanları nitelendiren sözcükler olarak isimler üzerinden o toplumun kültürü, gelenekleri, zihniyet kalıpları ya da o toplumdaki değişim ve bu değişimin nedenleri konusunda tespitler yapmak mümkündür. Bu açıdan isimler, toplumsal ve kültürel değişimi ortaya koyan bir gösterge niteliğindedir. İletişim araçlarının ve görsel kültürün etkisiyle şekillenen günümüz toplumlarında değişimin lokomotifini ise medya, özellikle televizyondur. Temelde medyanın gündelik hayatı değiştirme ve dönüştürme etkisi üzerine odaklanan bu çalışmanın temel varsayımı, popüler kültürü şekillendiren televizyonun ve televizyonda da izlenme oranları açısından en fazla kitleye ulaşma gücüne sahip olan yerel dizilerin isim verme kültürünü etkilediğidir. Bunu ortaya koymak üzere yerli televizyon dizilerinin şekillendirdiği popüler kültür aracılığıyla yaygınlaşmaya başlayan kişi isimleri tespit edilerek, medyanın ad verme eğilimlerini nasıl biçimlendirdiği ve isim kataloglarını değiştirme gücü araştırılmıştır.

Bu kapsamda öncelikle Türkiye televizyonlarında 2000-2012 yılları arasında yayınlanan 380 yerli dizi incelenerek bu dizilerde öne çıkan karakterlerin isimleri belirlenmiştir. Ardından bu isimlerin, “doğum tarihi bazında en çok kullanımda olan kadın ve erkek isimleri ve ilk 100 isim içindeki sıralaması”nı gösteren resmi isim istatistiklerindeki oranları tespit edilmiştir. Bu tespitler yapılırken dizilerin izlenme yani rating oranları ya da yayın süreleri gibi farklı kriterler dik-

kate alınmamış ve örneklem içerisindeki 380 dizinin tamamı analize dahil edilmiştir. Bu noktada, dizilerin izlenme oranları ile isim tercihlerine etkisi arasında bir ilişki olup olmadığı sorusu akıllara gelebilir. Ancak bu, dizilerin izlenme oranları ile etkilerinin derecelendirilmesi ve genellenmesi bağlamında farklı bir çalışmanın konusudur. Bu noktada yerli dizilerde kullanılan isimlerin yaygınlık kazanmasında etkili olan faktörleri araştıran ve özellikle bu isimleri tercih eden insanlarla yapılacak doğrudan görüşmelere dayanan alan araştırmalarına ihtiyaç vardır.

Araştırma sonuçlarına tekrar dönecek olursak, analiz sonucunda incelenen dönemde 15 farklı diziden 15 farklı ve yeni ismin isim kataloglarına girmesinden hareketle, 380 yerli dizinin 15’inin isim istatistiklerini şekillendireci etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma sonuçları, konumuz açısından temsil niteliği olan diziler ve isimlerin seçilmesinden oluşan yargısal bir örnekleme dayandığını belirtmekte yarar vardır. Beyaz camın popüler oyuncularıyla vücut bulan ve kimlik kazanan bu isimler, ilgili dizilerin yayınlandığı dönemde ortaya çıkarak hızla yaygınlaşmış ve Asmin, Asya, Çınar, Eymen, Nehir ya da Yağız örneklerinde olduğu gibi popülerliklerini dizi sonrasında da devam ettirmiştir. Ancak bu tespitleri Boran, Havin, Mete, Naz, Nazar, Polat, Zerda, Zilan isimleri için genelleştirmek mümkün değildir, zira dizilerin yayın döneminde tercih sıralamasında hızla yükselen bu isimler, dizilerin yayın akışlarından çıkmasıyla beraber isim istatistiklerinin dışında kalmıştır. Bu sonuçlar, televizyon aracılığıyla şekillendirilen beğeni kalıplarının isim tercihlerindeki farklılaşmalar da ve toplumda popülerleşen isimlerde

etkili olduğu yönündeki varsayımları doğrular niteliktedir. Bu sonuçlar ayrıca Gerbner'in izleyicilerin, televizyonun simgesel dünyasına ait parametreleri -bu çalışma açısından isimleri- gerçek toplumsal dünyayı tanımlamada kullandıkları -yani dizi karakterlerinin isimlerini çocuklarına vererek aslında bir anlamda televizyonun o büyülü dünyasını ve kişilerini kendi hayatlarına taşımaya çalıştıkları- yönündeki saptaması ile de paralellik göstermektedir.

Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise halihazırda kullanılagelen ve toplumsal hafızada bir yeri olan bazı isimlerin birden ve hızla yaygınlaşması ve popülerleşmesi ile bu isimlerin hayat bulduğu karakterlerin öne çıktığı dizilerin yayınlandığı dönem arasındaki paralelliktir. İsim istatistiklerinde yer alan Arda, Cemre, Emir, Eren gibi isimler, bu dizilerden önce de isim istatistiklerinde yer almakla beraber, "Zerda" dizisindeki Arda ya da "Adını Feriha Koydum" dizisindeki Emir örneklerinde olduğu gibi, dönemin en fazla tercih edilen ikinci ve üçüncü isimleri haline gelmelerinde dönemin dizilerinin payı olduğunu düşünmek yanlış olmayacaktır. Buradan hareketle kullanılagelen bu isimlerin birden ortaya çıkmasında değil, ancak görece sınırlı kullanımlarını aşarak en fazla tercih edilen isimler haline gelmelerinde, toplumsal beğeni kalıplarını şekillendiren ve toplumsal iyiye-güzele ilişkin eğilimleri biçimlendiren popüler kültürün ve popüler kültürün bir parçası olan dizilerinin etkisi olduğu gözlenmektedir. Dolayısıyla toplumda öne çıkan isim tercihlerinde ve dolayısıyla resmi nüfus istatistiklerinde yaşanan değişimi tek bir neden-sonuç ilişkisiyle açıklamaya çalışmak güç olmakla birlikte, belli dönemde

popülerleşen diziler ile bu dizilerdeki karakterlerin isimlerinin toplumda yaygınlaşması arasındaki paralellik oldukça dikkat çekicidir.

Sonuç olarak bu çalışma ile; televizyonun önemli ve belirleyici olduğu bir toplumda ve bir dönemde yerli dizilerin yarattığı popüler karakterler sayesinde toplumdaki isim tercihlerini ve dolayısıyla toplumda yaygınlaşan isimleri etkilediği tespit edilmiştir. Bu tespitten hareketle isimler, toplumda egemen iletişim tarzlarına, beğeni kalıplarına, gündelik hayat alışkanlıklarına, toplumsal kabullere ve bunlarda yaşanan değişimin yönüne işaret etmesi ve ayrıca, bu değişimde medyanın etkisini ortaya koyması açısından önemli bir gösterge ve veri kaynağı niteliğindedir.

NOTLAR

- ¹ Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine göre 1980 öncesinde isim istatistiklerinde yer almayan Özgür ismi 80 sonrasında ilk 100 isim içinde 23. sırada, Barış ismi 47. sırada, Deniz ismi 76. sırada; kızlardaysa Özlem ismi 1970'lerde ilk 100 isim sıralamasında 70. sırada iken 1980'de 6. sıraya yükselmiştir.
- ² http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=95dd9280-77b3-4225-9649-37da1a6c0b94 (Erişim Tarihi 23.12.2013)
- ³ Ayrıntılı bilgi için bkz. <http://www.beyazperde.com/diziler/tum-dizileri-goster/ulkeye-5026/?decade=2000> ve <http://www.beyazperde.com/diziler/tum-dizileri-goster/ulkeye-5026/?decade=2010> (Erişim Tarihi 15.12.2013)

KAYNAKLAR

- Acıpayamalı, Orhan. "Türk Kültüründe 'Ad Koyma Folkloru'nun Morfolojik ve Fonksiyonel Yönlerden İncelenmesi", *IV. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Bildirileri*. C: IV. Ankara: Ofset Repramat Matbaası, 1992.
- Ahmad, Feroz. *Modern Türkiye'nin Oluşumu*. Çev: Yavuz Alagon. İstanbul: Kaynak Yayınları, 2009.
- Akdağ, Tuğba, Ç. "Popüler Kültür Alanındaki Tanım Karmaşası Üzerine...", *Tüm Yönleriyle Medya ve İletişim*. Der. Metin Işık-Ayhan Erdem. Konya: Eğitim Kitabevi, 2008.
- Başgöz, İlhan. *Folklor Yazıları*. İstanbul: Adam Yayınları, 1986.

- Bayhan, Vehbi. "Türkiye'de Gençlik: Sorunlar Değerler ve Değişimler", *Dünden Bugüne Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. Ed: Memet Zencirkıran. Bursa: Dora Basın Yayım, 2011.
- Binyazar, Adnan. *Dede Korkut*. İstanbul: YKY, 1996.
- Bostancı, Gülcan Çolak. "Kişilere İsim Vermenin Sahne Arkası", *Turkish Studies* 4/3 (2009):362-375.
- Bourdieu, Pierre. *Televizyon Üzerine*. Çev. Turhan Ilgaz. İstanbul: YKY, 1997.
- Canatan, Kadir. "Türkiye'nin İsim Haritasının Temeli Olarak Ehl-i Beyt Sevgisi". *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi* 62 (2012):213-236.
- Çelik, Celalettin. "Bir Kimlik Beyanı Olarak İsimler: Kişi İsimlerine Sosyolojik Bir Yaklaşım", *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi* 2 (2007):5-21.
- . "Kültürel Sembol Sistemi Olarak İsimler: İsim Sosyolojisine Giriş". Çukurova Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi 6/2 (2006):39-61.
- Çığ, Ünsal. "George Gerbner", *Kadife Karanlık*. İstanbul: Su Yayınevi, 2006.
- Demir, Hilal. "Neşehir'in Kozaklı İlçesi'nde Ad Verme Geleneği". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2010.
- Ercins, Gülay. "Türkiye'de Popüler Kültür Görünümleri ve Gençliğe Yansımaları". *VI. Ulusal Sosyoloji Kongresi Bildiri Kitabı*. Aydın 2009:490-511.
- Erdoğan, İrfan ve Korkmaz Alemdar. *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınevi, 2010.
- Erdoğan, İrfan, Esra Keleş ve Aytül Tamer. "Popüler Kültür ve Türkiye", *Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. Ed: Memet Zencirkıran. Ankara: Nova Yayınevi, 2006.
- Erdoğan, İrfan. "Popüler Kültürde Gasp ve Popülerin Gayri Meşruluğu", *Doğu Batı* 15 (2001):67-96.
- . "Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine", *Eğitim Dergisi*. (2004), (Erişim Tarihi: 10.01.2014) <<http://irfanerdogan.com/makaleler1/popne.htm>>
- Fiske, John. *Popüler Kültürü Anlamak*. Çev: Süleyman İrvan. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları/Ark, 1999.
- Gürbilek, Nurdan. *Vitrinde Yaşamak*. İstanbul: Metis Yayınları, 2009.
- Işık, Nuran Erol. "Kültürel Bir Kimlik Olarak Delikanlılığın Yükselişi", *Doğu Batı*. 15 (2001):121-132.
- Karahan, Leyla. "Türkçede Dini Anlamalı Bazı Kişi Adları Ekle Değiştirme Geleneği", *Dil Araştırmaları*. 4 (2009):17-24.
- Karpat, Kemal. *Türk Demokrasi Tarihi*. İstanbul: Timaş Yayınları, 2010.
- Kellner, Douglas. "Popüler Kültür ve Postmodern Kimliklerin İnşası", Çev: Gülcan Seçkin. *Doğu Batı* 15 (2001):187-219.
- Kırtunc, Ayşe K. "Popüler Kültür Araştırmaları", (Erişim Tarihi: 22.11.2013) <http://www.kulturarad.org/imagenes/goc_kirtunc_konusma.html>
- Kıbar, Osman. *Türk Kültüründe Ad Verme*. Ankara: Akçağ Yayınları, 2005.
- Köse, Aynur ve Mustafa Yılmaz. *Seçimler ve Değerler*. Trabzon: Serander Yayınları, 2012.
- Köse, Hüseyin. "Neoliberal Estetik'ten 'Habitus'a Bourdieu ve Popüler Kültür", *İlet-i-şim Dergisi* 10 (Haziran 2009):71-92.
- . "Popüler Kültür Bağlamında Frankfurt Okulu ve Kültürel Manipülasyon Tezi", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi 11 (2001):327-335.
- Mukerji, Chandra ve Michael Schudson. *Retihking Popular Culture: Contemporary Perspectives in Cultural Studies*. Los Angeles:University of California Press,1991.
- Mutlu, Erol. *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınları, 2005.
- Oktay, Ahmet. *Türkiye'de Popüler Kültür*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1997.
- Örnek, Sedat Veyis. *Türk Halkbilimi*. Ankara: Kültür Bakanlığı, 1995.
- Özbek, Meral. *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*. İstanbul: İletişim Yayınevi, 2002.
- Postman, Neil. *Televizyon Öldüren Eğlence*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004.
- Rasony, Laszlo. *Tarihte Türklük*. Çev. H. Z. Koşay, T. Andaç, N. Uğurlu. İstanbul: Örgün Yayınevi, 2007.
- Silverstein, Roger. *Television and Everyday Life*. Londra ve New York: Routledge, 1994.
- Türkmen, Seyfullah. "Atasözleri ve Deyimlerde Yaşayan Kişi Adları", *Dil Araştırmaları*. 4 (2009):101-119.
- Varis, Abdurrahman. "Türklerin Ad Koyma Gelenekleri Üzerine Bir İnceleme", *Millî Folklor* 61 (Bahar 2004):124-133.
- Vatandaş, Celallettin. "Kapsam ve Yöntem Açısından Türk Modernleşmesi", *Türkiye'nin Toplumsal Yapısı*. Ed: Memet Zencirkıran. Ankara:Nova Basın Yayın, 2006.
- Williams, Raymond. "Teknoloji ve Toplum", Çev. Aytaç Yıldız. *Doğu Batı* 15 (2001):221-233.
- Zengin, Dursun. "Ortaöğretim ve Üniversitedeki Öğrencilerle Adlar Üzerine Bir Anket", *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* 41/1 (2001):69-93.
- <http://www.beyazperde.com> (Erişim Tarihi 15-17 Aralık 2013)
- http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=95dd9280-77b3-4225-9649-37da1a6c0b94 (Erişim tarihi 23 Aralık 2013)