2026. Volume 10, Number 1 *Pages 66-79*

UOT: 81'373.232:81'27
DOI: https://doi.org/10.30546/09081.2026.1.1025

AZƏRBAYCAN, TÜRK VƏ ƏRƏB DİLLƏRİNDƏ ANTROPONİMLƏR VƏ ONLARIN SOSİOLİNQVİSTİK XÜSUSİYYƏTLƏRİ

Elnurə HÜSEYNOVA

Böyük elmi işçi, filologiya üzrə fəlsəfə doktoru Elnurə Hüseynova

Email: elnure.huseynova@mail.ru

AMEA İ.Nəsimi adına Dilçilik İnstitutu Sosiolinqvistika və psixolinqvistika şöbəsi,

Bakı, Azərbaycan

Məqalə haqqında məlumat	*Xülasə*
Məqalənin tarixçəsi: *Daxil olub: 2025-10-16* *Təkrar işlənmiş formada daxil olub: 2025-11-02* *Qəbul edilib:2025-12-05* *Onlayn əlçatandır: 2026-06-19* *Açar sözlər:* *Antroponimlər;* *Sosiolinqvistik xüsusiyyətlər;* *Azərbaycan dili;* *Türkiyə türkcəsi;* *Ərəb dili.*	*Bu məqalədə Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərində işlənən antroponimlərin sosiolinqvistik xüsusiyyətləri müqayisəli şəkildə təhlil edilir. Tədqiqatın əsas məqsədi şəxs adlarının sosial, mədəni və dini amillərlə əlaqəsini müəyyənləşdirmək və bu əlaqənin ad seçimində necə təzahür etdiyini ortaya qoymaqdır. Araşdırma nəticəsində antroponimlərin yalnız nominativ vahidlər deyil, eyni zamanda cəmiyyətin sosial strukturu, etnik kimliyi, dini dünyagörüşü və tarixi-mədəni inkişaf mərhələləri ilə sıx bağlı olan dil vahidləri olduğu müəyyən edilir. Müqayisə göstərir ki, Azərbaycan və Türkiyə türkcəsindəki antroponimlər ortaq etnik mənşə və dil yaxınlığı fonunda oxşar semantik və struktur xüsusiyyətlərə malikdirlər, ərəb dilində isə antroponimlərin formalaşmasında dini faktor daha dominant mövqeyə sahibdir. İslam mədəniyyətinin təsiri hər üç dil mühitində şəxs adlarının seçiminə mühüm təsir göstərən ümumi sosiolinqvistik amil kimi çıxış edir. Tədqiqat antroponimlərin sosiolinqvistik aspektdə araşdırılmasının dil–cəmiyyət münasibətlərinin dərinləşdirilmiş şəkildə öyrənilməsi baxımından əhəmiyyətli olduğunu göstərir və bu sahədə kompleks yanaşmanın zəruriliyini ortaya qoyur.*

2521-6333/© 2026 The Author(s). Published by Baku Engineering University.
This is an open access article under the CC BY 4.0 license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

ANTHROPONYMS AND THEIR SOCIOLINGUISTIC FEATURES IN AZERBAIJANI, TURKISH, AND ARABIC

ABSTRACT

This article provides a comparative analysis of the sociolinguistic features of anthroponyms used in Azerbaijani, Turkish and Arabic. The main aim of the study is to determine the relationship between personal names and social, cultural and religious factors and to reveal how this relationship is manifested in the choice of names. As a result of the study, it is determined that anthroponyms are not only nominative units, but also linguistic units closely related to the social structure of society, ethnic identity, religious worldview and stages of historical and cultural development. The comparison shows that anthroponyms in Azerbaijani and Turkish have similar semantic and structural features against the background of common ethnic origin and linguistic proximity, while in Arabic the religious factor has a more dominant position in the formation of anthroponyms. The influence of Islamic culture acts as a common sociolinguistic factor that significantly affects the choice of personal names in all three language environments. The article shows that the study of anthroponyms in the sociolinguistic aspect is important for the in-depth study of language-society relations and reveals the need for a complex approach in this area.

Keywords: anthroponyms, sociolinguistic features, Azerbaijani, Turkish, Arabic

GİRİŞ

Tədqiqatın aktuallığı. Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərindəki antroponimlər cəmiyyətin tarixi yaddaşını, dini dünyagörüşünü və sosial identikliyini əks etdirən mühüm dil amillərindən biridir. Qloballaşma şəraitində dövlətlər arasında mədəni təmasların intensivləşdiyi müasir dövrdə adların sosiolinqvistik baxımdan tədqiqi dil–cəmiyyət münasibətlərinin daha dərindən anlaşılmasını zəruri edir.

Tədqiqatın yeniliyi. Bu məqalədə Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərinə məxsus antroponimlər funksional-sosiolinqvistik aspektdən paralel və müqayisəli şəkildə araşdırılır. Antroponimlərin sosial status, cins, dini mənsubluq və mədəni dəyərlərlə əlaqəsi sistemli olaraq ilk dəfə kompleks şəkildə təhlil olunur.

Tədqiqatın metodu. Məqalədə təsviri, müqayisəli, tarixi-sosiolinqvistik və semantik təhlil metodlarından istifadə edilmişdir. Antroponimlər sosial mühit, tarixi dövr və mədəni kontekst əsasında analiz olunmuşdur.

Tədqiqatın məqsədi. Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərində antroponimlərin bir çox fərqli aspektləri onların tədqiqini şərtləndirir. Məqalənin əsas məqsədi bəhsi keçən dillərdə antroponimlərin formalaşma prinsiplərini və sosial-mədəni funksiyalarını müəyyənləşdirməkdir. Bununla advermə prosesində dil və cəmiyyət münasibətlərinin müəyyənləşdirilməsi nəzərdə tutulur.

Tədqiqatın nəticəsi. Antroponimlər yalnız nominativ deyil, həm də sosial identifikasiya vasitəsi, dini mənsubiyyət, ideoloji və mədəni dəyişikliklərin göstəriciləridir. Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərində mövcud olan antroponimlərin tədqiq və müqayisəsi adların milli-mədəni dəyərləri qorumaqla yanaşı, dövrün sosial transformasiyalarına da həssas şəkildə reaksiya verdiyini ortaya çıxarır. Advermə ənənəsinin sosial faktorlarla sıx qarşılıqlı əlaqəsi vardır və bu faktorlar antroponimlərin dinamik inkişafını təmin edir.

ƏSAS HİSSƏ

Antroponimlər özlüyündə geniş məna spektrini əhatə edən dilçilik elminin onomastika bölməsinin bir qolunu təşkil edir. Azərbaycan, türk, ərəb dillərinə məxsus olan antroponimlər müxtəlif tarixi, dini, sosial və mədəni amillərin təsiri altında formalaşmışdır. Hər bir dilin antroponimlər sistemi onun etnik və dini mənsubiyyətini, sosial təbəqələşməsini, gender fərqliliyini və regional xüsusiyyətlərini əks etdirir. Azərbaycan adları əsasən dini şəxsiyyətlərə, türk-müsəlman ənənələrinə, tarixi qəhrəmanlara və etnik xüsusiyyətlərə bağlıdır. Türkiyə türkcəsində yer alan adlara nəzər saldıqda isə onlarda da Azərbaycan antroponimlər sistemində olduğu kimi həm İslam dini ilə bağlı, həm qəhrəmanlıq dastanları, tarixi şəxsiyyətlərlə bağlı amillərin rol oynadığını görə bilərik (Aliyev, 2002: 20). Ərəb antroponimləri isə dini köklərə və İslam mədəniyyətinə sıx bağlı olmaqla peyğəmbərlərin, xüsusən sonuncu peyğəmbər Muhammməd Mustafanın (s.a.s.) və onun səhabələrinin, zövcələrinin və övladlarının, tabiinin və təbəi-tabiin, imamların adlarının ərəb cəmiyyətində advermə sistemində əsas rol oynadığını göstərir. İslam dini ilə bağlı olan bu adlar geniş yayılmışdır və dini identiklik simvolu kimi çıxış edir. Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərindəki advermə ənənələrində İslam dini başlıca faktor kimi çıxış etsə də, son dönəmlərdə qloballaşmanın həyatın müxtəlif sferalarına təsirinin bu dillərin antroponimlərinə də sirayət etdiyini gözlər önünə sərir. Belə ki, hər üç dildə geniş yayılmış olmasa da, qərb mənşəli, Avropa adları son dönəmlərdə valideynlərin seçimləri arasında yer almaqdadır. Bu isə müasirləşmə, qloballaşma, etnik kökdən müəyyən qədər ayrılmanın sosioloji təzahürü kimi qeyd edilə bilər.

Azərbaycan, Türkiyə türkcəsi və ərəb dillərində yer alan antroponimlərin sosioloji aspektlərini daha yaxından anlamaq üçün bu dillərin hər birində yer alan başlıca advermə ənənəsinə təsir edən sosiolnqvistik amilləri ayrıca başlıq altında tədqiq edərək sonda oxşar və fərqli cəhətlərini qruplaşdıracağıq.

1. Azərbaycan dilində antroponimlərin sosiolinqvistik xüsusiyyətləri

Azərbaycan antroponimləri xalqın tarixi yaddaşını, etnik kimliyini, mədəni dünyagörüşünü əks etdirən mühüm leksik vahidlərdəndir. Bu antroponimlər sistemində qədim türkmənşəli adlarla yanaşı, İslam mədəniyyətinin təsiri nəticəsində dilin adlar sisteminə daxil olan ərəb və fars mənşəli şəxs adları, eləcə də son dövrlərdə qloballaşma ilə bağlı olaraq Qərb dillərindən keçmiş şəxs adları mühüm yer tutur. Azərbaycan antroponimiyası sosial münasibətlər, ailə institutu, İslam dini və tarixi proseslərlə bağlı şəkildə inkişaf etmişdir. Şəxs adları, patronimlər və soyadlar cəmiyyətdə fərdin sosial mövqeyini, mənsub olduğu nəsli və bəzən də ideoloji meyilləri əks etdirmə gücünə malikdir (Hüseynova, 2019: 30). Müxtəlif tarixi mərhələlərdə antroponimlərdə semantik dəyişmələr və struktur yenilənmələr müşahidə olunmuşdur. Buna görə Azərbaycan antroponimləri sosiolinqvistik cəhətdən fərqli aspektlərdə nəzərdən keçirilə bilər. Azərbaycan antroponimlərini sosiolinqvistik cəhətdən aşağıdakı şəkildə qruplaşdırmaq olar:

1) **Azərbaycan antroponimlərinin tarixi inkişaf mərhələləri;**
2) **Azərbaycan antroponimlərinə təsir edən sosial faktorlar;**
3) **Azərbaycan antroponimlərinə əcnəbi dillərin təsiri.**

1.1. Azərbaycan antroponimikasının tarixi inkişaf mərhələləri

Azərbaycan antroponimləri xalqın etnik, dini və ictimai identikliyinin ifadə vasitəsi olmuşdur. Belə ki, şəxs adlarının verilişində etnik kimlik, dini mənsubiyyət, qonşuluqda yaşayan xalqların böyük təsiri vardır. Azərbaycan antroponimlərinin tarixi aspektdən tədqiqinə gəlincə burada İslam dininin qəbulundan öncə mövcud olan şəxs adları, İslam dininin gəlişi ilə qəbul edilmiş və adlar sisteminin böyük əksəriyyətini təşkil edən adlar, son dönəmlərdə isə müasir qloballaşma şəraitində Avropa dillərindən Azərbaycan dilinin antroponimlərinə daxil olmuş şəxs adlarını misal çəkmək olar. Bu aspektdən təhlil edildikdə Azərbaycan antroponimlərinin tarixi inkişafını aşağıdakı şəkildə qruplaşdırmaq olar:

a) İslamdan əvvəlki dönəm:

Bu dönəmdə verilən adlar öz qədimliyi, ümumtürk amili ilə seçilir. Belə ki, qədim dastanlarda yer alan qəhrəmanlıq mücəssiməsi olan obrazlar, göy cisimləri, yer adları, yırtıcı canlıların isimlərini bildirən antroponimlər bu dövrün məhsuludur. Məsələn: **Alp** – igid, qəhrəman; **Böyükağa** –ağsaqqal, nəcib şəxs; **Qurd** – güc, qorxmazlıq simvolu; **Ayxan** – ay kimi parlaq, xeyirxah lider.

Bu adların bir qismi hələ də Azərbaycan dilinin antroponimlər sistemində rast gəlinsə də, əsasən azlıq təşkil edir. Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Böyükağa adı 5, Alp adı 32, Ayxan adı 8 dəfə verildiyi halda, qədim şəxs adlardan olan Qurd ismi heç bir körpəyə verilməmişdir. 2021-2025-ci illər üzrə bu şəxs adların verilməsi dinamikasına nəzər yetirdikdə Böyükağa adı 28, Alp adı 134, Ayxan adı 737 dəfə verilsə də, Qurd adına rast gəlinmir. Dinimiz İslamla bağlı şəxs adlarının isə bir il ərzində yüzlərlə körpəyə verildiyini görə bilərik. Bu da zaman tendensiyasının antroponimlərin verilməsində sosiolinqvistik amil olaraq vacibliyini vurğulayır.

b) İslam dininin qəbulu və ondan sonrakı dönəm:

VII–XV əsrlər arasında Azərbaycan ərazisində İslam dinini yayılması ilə bağlı olaraq ərəb və fars mədəniyyətlərinin təsiri güclənmiş, bu təsir antroponimik sistemdə də aydın şəkildə öz əksini tapmışdır. Xüsusilə İslam dini ilə bağlı şəxs adları: **Muhammməd** – bəyənilən, tərifəlayiq, çox tərifləmiş, mədh edilmiş; **Fatimə** – ürəyin bir parçası, sinədən, ürəkdən qopmuş; **Xədicə** – vaxtından əvvəl doğulmuş, inamlı, möhtərəm, etibarlı, alicənab, pak; **Əli** – uca, yüksək, ali, izzətli, şərəfli, qüdrətli; **Həsən –** gözəl, göyçək, qəşəng, yaxşı, xeyirxah; **Hüseyn** – gözəl, göyçək, kiçik Həsən, xeyirxahlıq, izzət; **Rəhim –** rəhmli, mərhəmətli, acıyan, mehriban; **Abdullah** – Allahın qulu, Allahın bəndəsi, Allahın nökəri və s. geniş yayılmağa başlamışdır. Bu adlar yalnız şəxsi identifikasiyanı təmin etməklə kifayətlənməmiş, eyni zamanda dini bağlılığı, mənəvi dəyərləri və sosial-mədəni kimliyi ifadə edən sosiolinqvistik vasitəyə çevrilmişdir. Dövrün antroponimlərində dini şəxsiyyətlərə hörmət, müqəddəs anlayışlara bağlılıq və əxlaqi idealların təcəssümü əsas meyarlardan biri olmuşdur.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Muhammməd adı ilə yanaşı Məhəmməd / Mahammad / Məmməd kimi eyni ismin variasiyalarının da geniş şəkildə valideynlər tərəfindən uşaqlara qoyulduğunu görə bilərik. Ümumilikdə Muhammməd adı 2025-ci ildə ən çox qoyulan 20 adın siyahısında olmaqla bərabər, 2021-2025-ci illər ərzində Məhəmməd adı hər il təxminən 1000-1500 və daha çox uşağa verilir. İslamın lideri, sonuncu peyğəmbər Muhammməd Mustafaya (s.a.s.) olan sevgi və İslam dininə bağlılıq İslam peyğəmbərinin vəfatından 14 əsr keçməsinə baxmayaraq hələ də nəyinki Azərbaycan da, eyni zamanda İslam dininin daşıyıcıları olan müsəlman ailələrində də, dünyanın hər yerində ən geniş yayılmış adlardan biridir. İslam üləmasından məşhur Deyləmi adlı müfəssirin "Musnədül Firdəvs", Əbu Nuaym əl İsfəhaninin "Hilyətül Əvliya", həmçinin Tabəraninin "Əl Əvsat" və "Əl Kəbir" əsərlərində qeyd edilir: "Kimin bir oğlu olar və onu Muhammməd adlandırarsa, bu adı bərəkət umaraq qoyarsa, o da, övladı da Cənnətdə olar" (Fatihi, 2007: 53).

Bəzi İslam fəqihləri bu cür hədisləri zəif hesab etsələr də, ümumislam üləmasının qənaətincə Muhammməd adının son peyğəmbərə tənzim, Ona olan sevgi mahiyyətində qoyulması çox müstəcəb və təşviq edilən əməl olaraq qəbul edilir.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Fatimə adı yeni doğulan qız uşaqlarının 803-ə, 2021-2025-ci illərdə isə 4918 uşağa qoyulmuşdur. Həzrəti Fatimə (r.a.) İslam peyğəmbəri Məhəmməd peyğəmbər (s.a.s.) ilə onun ilk zövcəsi Həzrəti Haticənin (r.a.) evliliyindən olan qızı, dördüncü xəlifə Həzrəti Əlinin (r.a.) xanımıdır.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Xədicə adı 744, 2021-2025-ci illərdə isə ümumilikdə 4158 körpəyə qoyulmuşdur. Həzrəti Haticə (r.a.) peyğəmbərimiz Həzrəti Muhammədin (s.a.s.) ilk zövcəsi və İslam dinini qəbul edən ilk müsəlmandır.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Əli adı 1151, 2021-2025-ci illlərdə isə toplamda 6125 körpəyə qoyulmuşdur. Həzrəti Əli (r.a.) peyğəmbərimiz Həzrəti Muhammədin (s.a.s.) əmisi oğlu, ən yaxın sirdaşlarından biri, qızı Həzrəti Fatimənin (r.a.) yoldaşı, peyğəmbərimiz Muhammməd Mustafanın (s.a.s.) nəvələri Həzrəti Həsən (r.a.) ilə Həzrəti Hüseynin (r.a.) atası, Kəbənin daxilində doğulmuş yeganə şəxsdir.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Həsən adı 480, 2021-2025-ci illər ərzində isə 2570 körpəyə qoyulmuşdur. Həzrəti Həsən (r.a.) Məhəmməd peyğəmbərin (s.a.s.) nəvəsi, Həzrəti Fatimə (r.a.) ilə Həzrəti Əlinin (r.a.) ilk övladıdır.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Hüseyn adı 1164, 2021-2025-ci illərdə isə ümumilikdə 5807 körpəyə qoyulmuşdur. Həzrəti Hüseyn Həzrəti peyğəmbər Muhammməd Mustafanın (s.a.s.) ikinci nəvəsi, Həzrəti Fatimə (r.a.) ilə Həzrəti Əlinin (r.a.) kiçik oğludur.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Rəhim adı 36, 2021-2025-ci illərdə isə 192 körpəyə qoyulmuşdur. İslam dinində Allahın (c.c.) insanlara bildirdiyi 99 ismindən biri, bəsmələdə zikr olunan Rəbbimizin adlarındandır. Allahın isimlərini uşaqlara birbaşa deyil, عبد [abd] yəni qul / kölə hissəciyi ilə birlikdə qoymaq İslam alimlərinin qənaətincə doğru hesab olunur.

Dövlət Statistika Komitəsinin verdiyi məlumata əsasən 2025-ci ildə Abdullah adı 142, 2021-2025-ci illərdə isə ümumilikdə 718 körpəyə qoyulmuşdur. İslam fəqihlərinin qənaətincə Abdullah, Əbdülrəzzaq, Əbdüllətif kimi Allahın (c.c.) isimlərini qul / kölə sözü ilə işlətmək doğru sayılmış və bəndənin Rəbbinə qulluğunun bir nişanı kimi qəbul olunmuşdur. Haşiyəyə çıxıb Osmanlı tarixindən bir misal çəkəcək olsaq Osmanlı saraylarında istər qız, istər oğlan qeyri-müsəlman ailələrdən gətirilən kənizlər İslam dinini qəbul etdiklərində onların ata adı Abdullah olaraq qeyd olunardı (yəni Allahın qulunun qızı və ya oğlu) (Peirce, 2019: 175).

c) Çar Rusiyası və SSRİ dönəmi:

XIX əsrin sonu – XX əsrin böyük bir hissəsini əhatə edən Çar Rusiyası və xüsusilə SSRİ dövründə Azərbaycan antroponimik sistemində ciddi dəyişikliklər müşahidə olunmuşdur. Rus imperiya siyasəti və sonradan sovet ideologiyası milli-mənəvi dəyərlərə əsaslanan ənənəvi advermə modelinə birbaşa təsir göstərmiş, nəticədə yeni, ideoloji məzmunlu adlar formalaşmışdır. Bu dövrdə rus dilinə və mədəniyyətinə məxsus adların yayılması ilə yanaşı, siyasi-ideoloji məna daşıyan süni antroponimlər – **Vladilen** (Vladimir + Lenin), **Oktyabrina** (Oktyabr inqilabı), **Kim** (Kommunist), **Marks**, **Engels**, **Ninel** (Lenin adının tərsi) və s. meydana çıxmışdır.

Sözügedən adlar fərdi kimlikdən daha çox dövlət ideologiyasının təbliğini əks etdirmiş, kollektiv şüura təsir etməyə yönəlmişdir. Eyni zamanda, dini və milli köklərə bağlı ənənəvi adların istifadəsi bu dövrdə məhdudlaşdırılmış və ya dolayı yollarla sıxışdırılmışdır. Bu amil antroponimlərin yalnız dil vahidi deyil, həm də sosial-siyasi təsirlərə açıq bir fenomen olduğunu göstərir. Beləliklə, Çar Rusiyası və SSRİ dövründə formalaşmış antroponimlər cəmiyyətin ideoloji yönümünü, qabaqcıl siyasi diskursu və mədəni assimilyasiya proseslərini əks etdirən mühüm sosiolinqvistik göstərici kimi çıxış etmişdir. Qeyd edilməlidir ki, bu tip adlar müəyyən zaman kontekstində aktual olmuş və hal-hazırda tamamilə Azərbaycan dilinin antroponimlər sistemindən çıxarılmışdır.

d) Müstəqillik və ondan sonrakı dönəm:

1991-ci ildə Azərbaycan Respublikasının dövlət müstəqilliyini bərpa etməsindən sonra cəmiyyətdə milli özünüdərkin güclənməsi antroponimik proseslərdə də açıq şəkildə özünü göstərməyə başladı. Bu mərhələdə sovet ideoloji təsirindən uzaqlaşma, milli-mədəni dəyərlərə qayıdış və tarixi yaddaşın bərpası advermə ənənələrinə birbaşa təsir etmişdir. Xüsusilə türk-müsəlman mənşəli adların – **Sevinc, Elnurə, Elvin, Aylin, Zəhra** və s. – yenidən aktuallaşması müşahidə olunmuşdur (Həmzəyeva, 2004: 21). Bu adlar milli kimliyin, etnik mənsubiyyətin və dini-mənəvi bağlılığın ifadə vasitəsi kimi çıxış edir.

Eyni zamanda, müstəqillik dövründə qloballaşma proseslərinin sürətlənməsi nəticəsində Qərb mənşəli və beynəlxalq xarakterli adlara maraq artmışdır. **Raul, Diana, Melisa, Aylin, Selena / Selin, Elina / Elin, Milana** kimi adlar həm fonetik uyğunluğu, həm də neytral və modern səslənişi səbəbindən valideynlər tərəfindən sıx baş vurulan seçimlərdən biridir (Azərbaycan dilinin böyük izahlı onomastik lüğəti. I cild. Antroponimlər, 2011: 16). Günümüzdə antroponimlərdə paralel iki tendensiyanın – milli ənənəyə qayıdış və qloballaşma təsirlərinin – birgə mövcudluğunun şahidi oluruq. Bu mərhələ aydın şəkildə göstərir ki, antroponimlər yalnız fərdi seçim deyil, eyni zamanda cəmiyyətin ideoloji, mədəni və sosial transformasiyalarını əks etdirən mühüm sosiolinqvistik göstəricilərdir.

1.2.Azərbaycan antroponimlərinə təsir edən sosial faktorlar

Azərbaycan antroponimlərinin sosiolinqvistik cəhətdən təhlilində tarixi zaman faktorundan əlavə, sosial amillər, gender və yaş steriotipləri, eyni zamanda sosial təbəqələşmə də önəmli rol oynayır. Sosial statusu yüksək olan ailələrdə isə tez-tez nadir, fərqli, xarici təsirli adlara rast gəlinir (Əzizova, 2005: 70). Bu təbəqələşmə sosiolinqvistik baxımdan dilin sosial funksiyalarını və şəxs adların ictimai funksionalığını göstərir. Advermədə fonetik və semantik xüsusiyyətlər də önəmli rola sahibdir. Ailə ad seçərkən adın ritmi, səslənişi və mənası nəzərə alınan amillərdəndir. Bu prosesdə ailə dəyərləri də önəmli rol təşkil edir. Azərbaycan antroponimlərinə təsir edən başlıca sosial faktorlara bunları misal göstərə bilərik: **sevinc, uğur kimi adlar –** ailələr istəklərini övladlarının üzərinə keçirərək bu adları qoyurlar ⇒ Sevinc, Fərəh, Yetər, Uğur; **ailə ənənəsi –** nəsil davamçısı olan adların verilməsi (baba, nənə adları) ⇒ Babək, Məmməd, Zeynəb; **qəhrəmanlar və tarixi şəxsiyyətlər –** qədimdə dastanların, daha sonralar isə müharibələrdə ad qazanmış tarixi şəxsiyyətlərin, qəhrəmanların adları ⇒ Cavadxan, Tomris, Qaçaq Nəbi, Şah Abbas; **ədəbiyyat və incəsənətlə bağlı personajların adları –** məşhur filmlərin, serialların personajlarının, müğənni və aktyorların adları müasir dönəmdə populyarlıq qazanır ⇒ Elif, Zeynep; **kənd yerlərində qoyulan adlar** – əsasən ənənəvi türk və dini adlar üstünlük təşkil edir ⇒ Məhəmməd, Zeynəb, Fatimə, Xədicə, Qurban; **şəhər yerlərində qoyulan adlar –** daha çox müasir, qısa və estetik səslənən adlara üstünlük verilir ⇒ Nurlana, Aysel, Tunar, Emil, Ləman; **təhsil səviyyəsi yüksək ailələrdə qoyulan adlar –** bu tip ailələrdə daha çox beynəlmiləl adlar üstünlük təşkil edir ⇒ İlkin, Nigar, Samir, Leyla; **gender xüsusiyyələri ilə bağlı yaranan steriotiplər –** qadın adları əsasən **Sevinc**, gözəllik, sevgi, zəriflik mənalarını daşıyır ⇒ Lalə, Sevda, Səbinə, Xədicə; kişi adları isə güc, qəhrəmanlıq məfhumları ilə bağlıdır ⇒ Tural, Əli, Rəşad, Kənan; **yaş faktoru ilə bağlı yaranan steriotiplər –** yaşlı nəslə xas adlar daha çox qədimliyi ilə seçilir ⇒ Sürəyya, Zöhrə, Məmmədağa, Qulaməli; gənc nəslin adları əsasən qloballaşma və səsləniş əsas alınaraq qoyulur ⇒ Narmin, Aylin, İlqar.

Bu bölmədə yer alan bir neçə sözün ümumi statistikasına nəzər yetirsək **Sevinc** adı 2025-ci ildə 107, 2021-2025-ci illərdə isə toplamda 712 körpəyə verilmişdir. **Nurlana** adı 2025-ci ildə 22, 2021-2025-ci illərdı isə ümumilikdə 128 uşağa verilmişdir. **Fərəh** adı 2025-ci ildə 126, 2021-2025-ci illərdə 748 körpəyə verilmişdir.

1.3.Azərbaycan antroponimlərində dil kontaktlarının rolu

Tarixi proseslər nəticəsində Azərbaycan antroponim sistemi müxtəlif dillərdən təsirlənmişdir. Müstəqillik dövründə bu təsirlər zəifləsə də, advermə praktikasında çoxmədəniyyətli və çoxdilli elementlər hələ də qalmaqdadır. Azərbaycan antroponimləri əsasən təsirdə olduğu xalqların ad sistemindən faydalanmışdır (Əhmədov, 2005: 75). Belə ki, Azərbaycan antroponimlərində həm etnik köklə bağlı türk, həm də İslam dininin gəlməsi ilə ərəb, daha sonralar fars dilinin şeiriyyat

və saray dili olması fonunda fars, son yüz ildə isə Çar Rusiyası və SSRİ-nin tərkibində başqa xalqlarla ortaq əlaqələriin olması ilə rus və slavyan, müstəqilliyin əldə edilməsindən sonra və XXI əsr qloballaşma erasının başlanması, ingilisdilli medianın həyatın hər anına sirayəti ilə Avropa və ingilisdilli şəxs adları da Azərbaycan dilli antroponimlər sistemində önəmli rol oynamağa başlamışdır. Azərbaycan antroponimlərində yer alan başlıca şəxs adları aşağıdakı dillərdən götürülmüşdür:

a) **Ərəb dili** – *dini və mifoloji adların böyük qismi* ⇒ Muhammməd / Məhəmməd, Əli, Həsən, Fatimə, Hüseyn;

b) **Fars dili –** *klassik ədəbiyyatın təsiri ilə yayılmış adlar* ⇒ Nigar, Gülnar, Şirin, Bahar;

c) **Türk dili –** *müasir dövrdə daha çox yayılmağa başlayan köklü türk adları* ⇒ Ayxan, Gökhan, Dəniz, Tarkan;

d) **Rus dili –** *SSRİ dövründə yayılmış rus mənşəli və ya ruslaşdırılmış formalar* ⇒ İvan, Eqor / Yeqor, Marusya, Lyudmila, Tamara, Aleksey kimi adların adaptasiyası;

e) **Avropa mənşəli adlar** – *XIX-XX əsrlərdə buraya gələn əcnəbilər arasında, indi isə qloballaşma meyllərinə müvafiq olaraq yerli adlar sisitemində yer alan adlar* ⇒ Emma, İra / Sira, Amalya.

Azərbaycan antroponimlərinin çox strukturluğu, zənginliyi və çoxşaxəliyi onu sosiolinqvistik baxımdan tədqiqini şərtləndirir. Dilin cəmiyyətdə rolunu, dilin sosioloji aspektdən fərqliliyini müəyyən etməkdə sosiolinqvistik amil böyük rol oynayır.

2. *Türkiyə türkcəsi antroponimlərinin sosiolinqvistik xüsusiyyətləri*

Yuxarıda təhlil etdiyimiz Azərbaycan antroponimlərində yer alan sosiolinqvistik xüsusiyyətlərin bənzər cəhətlərini Türkiyə türkcəsində yer alan şəxs adlarında da görə bilərik (Hüseynova, 2024: 10). Tarixi fon, gender, yaş faktorları, sosioloji amil, status və s. kimi sosiolinqvistik amillər dildə antroponimlərin çoxşaxəliliyini xarakterizə edir. Qeyd etmək yerinə düşər ki, Türkiyə türkcəsində yer alan antroponimləri sosiolinqvistik baxımdan təhlilini Azərbaycan dilində verdiyimiz prinsip əsasında qruplaşdıra bilərik:

1) Türkiyə türkcəsi antroponimlərinin tarixi inkişaf mərhələləri;

2) Türkiyə türkcəsi antroponimlərinə təsir edən sosial faktorlar;

3) Türkiyə türkcəsi antroponimlərinə əcnəbi dillərin təsiri.

2.1. Türkiyə türkcəsi antroponimikasının tarixi inkişaf mərhələləri

Türk xalqlarının advermə sistemi qədimdən etibarən onların sosial, mənəvi və mədəni həyatını əks etdirən kompleks bir fenomendir. İlk dövrlərdə şəxs adları əsasən qəhrəmanlıq, savaşçılıq və təbiət motivləri ilə əlaqələndirilirdi. Bu adlar yalnız fərdi kimliyi ifadə etməmiş, həm də qəbilə və tayfa aidiyyətini göstərmişdir. Məsələn, Alp sözü igid və qorxmaz şəxsi, Börü isə cəsarət və qorxu bilməyən lideri simvolizə edirdi.

Türk dilində advermə ənənəsi tarix boyu müxtəlif təsirlər altında formalaşmışdır. Orta Asiyada türk xalqları ilə qonşu mədəniyyətlər arasında intensiv dil və mədəni kontakt olmuş, bu da adların strukturunda və semantikasında öz əksini tapmışdır. Xüsusilə İslamın yayılması ilə ərəb və fars adları türk mədəniyyətinə daxil olaraq yerli türk adları ilə sintez olmuşdur (Hüseynova, 2024:7). Məsələn, Mehmet və Alparslan kimi şəxs adları həm türk, həm də dini-mədəni

elementləri özündə birləşdirən antroponimlərdəndir. Bu sintez prosesi adların yalnız fərdi deyil, həm də ictimai və mənəvi dəyərləri daşımasına səbəb olmuşdur.

XX əsrdə türk advermə praktikasında yeni tendensiyalar müşahidə olunmuşdur. Sovet təsiri altında bəzi türk xalqlarında ideoloji adlar – **Vətən, Qələbə** və s. kimi ortaya çıxmış, müstəqillik dövründə isə yenidən milli köklərə qayıdış başlamışdır. Bu tarixi fon göstərir ki, türk adverməsi dinamik, sosial və mədəni şərtlərə açıq bir sistem olaraq formalaşmışdır.

Türk dilində şəxs adlarının formalaşması çoxəsrlik mədəni, dini və ictimai proseslərlə bağlıdır. Göytürklərdən Osmanlıya, oradan müasir Türkiyəyə qədər antroponimik sistem zaman-zaman dəyişmiş, lakin köklü elementlərini qoruyub saxlamışdır. Türkiyə türkcəsində yer almış antroponimləri sosiolinqvistik baxımdan aşağıdakı dövrlərə bölə bilərik:

a) **Qədim türk dövrü –** Təbii qüvvələr, heyvanlar, igidlik və cəsarət simvolu olan adlar üstünlük təşkil edirdi ⇒ Börü, Tarkan, Alp, Kutlu;

b) **İslam dininin qəbulundan sonra** – Ərəb və fars mənşəli dini və klassik antroponimər şəxs adları sistemə daxil oldu ⇒ Mehmet, Ahmet, Hüseyin, Ayşe, Fatma;

c) **Osmanlı dövrü** – Kompleks və uzun formalı adlar, adların yanında titul və ləqəblərin geniş istifadəsi müşahidə olunur ⇒ Kavalalı Mehmet Ali Paşa, Matrakçı Nasuh Efendi;

d) **Cumhuriyyət dövrü** – 1934-cü ildə qəbul edilən soyad qanunu ilə antroponimik sistemdə böyük dəyişiklik baş verdi, milliləşmə və modernləşmə meylləri gücləndi ⇒ Latife Uşakizade, Ayşe Yıldırım, Hasan Yurtsever.

2.2. Türkiyə türkcəsi antroponimlərinə təsir edən sosial faktorlar

Türk xalqlarında advermə prosesi qədimdən ailə və cəmiyyətin əxlaqi, mədəni və sosial dəyərlərinə bağlı olmuşdur. Ailələr uşağa ad seçərkən onun gələcək taleyi, sosial statusu və cəmiyyət içindəki mövqeyi haqqında düşünmüşlər (Dağdeviren, 2021: 82). Beləliklə, advermə həm fərdi seçim, həm də sosial göstərici kimi qəbul edilmişdir. Ənənəvi olaraq uşağa ad verərkən ailələr həm nəsil davamçılığına, həm dini mənalara, həm də qəhrəmanlıq və uğur simvollarına diqqət etmişlər. Əcdadının adını daşıyan uşaq həm ailə tarixini yaşadan, həm də sosial kimliyini gücləndirən sosioloji amil kimi qarşımıza çıxır. Eyni zamanda, **Mehmet, Mustafa** və s. kimi dini motivli adlar sosial cəmiyyətdə dini bağlılığı və mənəvi dəyərləri əks etdirir.

Türk cəmiyyətində advermə həm də sosial statusun göstəricisidir. Yüksək təhsilli və şəhər mühitində yaşayan ailələr uşaqlarına beynəlmiləl səslənən və qısa adlar verir, kənd yerlərində isə daha çox ənənəvi və uzun formalı adlar üstünlük təşkil edir. Məsələn, Ayhan və Elif adları şəhər mühitində, Hüseyin və Fatma kimi şəxs adları isə əsasən kənd yerlərində geniş istifadə olunur. Bu fərqlilik sosiolinqvistik baxımdan cəmiyyətin sosial stratifikasiyasını göstərir. Türkiyədə advermə adətən ailə ənənələri, dini inanclar, tarixi şəxsiyyətlər və mədəni təsirlər əsasında formalaşır: **dini motivlər** – *peyğəmbər adları, İslam xəlifələrinin adları geniş yayılıb* ⇒ Muhammed, Mustafa; **milli qəhrəmanlar –** *Atatürk və silahdaşlarının adları müəyyən dövrlərdə populyar olub* ⇒ Kemal, İsmet, Fevzi; **ədəbiyyat və incəsənət** – *müasir dövrdə filmlər, seriallar, populyar musiqilər adverməyə təsir edir* ⇒ Defne, Eymen, Elif, Miraç.

Ad seçimi sosial statusa, bölgəyə və təhsil səviyyəsinə görə fərqlənir. Məsələn, böyük şəhərlərdə beynəlmiləl səslənən və müasir adlara meyl müşahidə olunursa, Anadolu bölgələrində klassik dini və ailəvi adlara üstünlük verilir.

Türk advermə praktikasında cins faktorunun rolu çox böyükdür. Qadın adları ənənəvi olaraq gözəllik, zəriflik, sevgi və mənəvi dəyərləri ifadə edir. Məsələn, **Aylin, Elif, Derya** kimi adlar həm fonetik baxımdan xoş səslənir, həm də zəriflik təcəssümünü bildirir.

Kişi adları isə güc, qəhrəmanlıq, liderlik və mənəvi möhkəmlik kimi xüsusiyyətləri vurğulayır. **Alp, Tarkan, Mehmet** kimi adlar yalnız fərdi xarakteri deyil, həm də sosial gözləntiləri simvolizə edir.

Cins faktoruna əlavə olaraq yaş təbəqəsi də adverməyə təsir göstərir. Yaşlı nəslə xas adlar daha çox dini və ənənəvi motivlər daşıyır, gənc nəslin adları isə qloballaşmanın təsiri ilə daha modern, qısa və beynəlmiləl səslənir. Bu fərqliliklər göstərir ki, türk adverməsi həm fərdi, həm də sosial kimliyin dinamik bir göstəricisidir. Cins faktoru türk antroponimlərində mühüm yer tutur: **qadın adları –** *estetik, təbiət və hiss tematikası geniş yayılmışdır* ⇒ Gülşen, Sevda, Yıldız, Meltem; **kişi adları** – *güc, igidlik, liderlik temaları üstünlük təşkil edir* ⇒ Yavuz, Cengiz, Alparslan, Doğan.

Son illərdə cins neytrallığına doğru meyl edən adlar da müşahidə olunur: Deniz, Ege, Derya kimi adlar həm qadın, həm də kişi şəxs adları kimi istifadə olunur.

Türk xalqlarında soyad sistemi sosial kimliyin vacib elementi kimi formalaşmışdır. Soyadlar təkcə ailə mənsubiyyətini göstərmir, həm də etnik, coğrafi və peşəvi aidiyyəti əks etdirir. Məsələn, **Demirci** (dəmirçi), **Kara** (qara və ya qara gözlü) kimi soyadlar həm peşə, həm də fiziki xüsusiyyətlər haqqında məlumat verir.

Müasir dövrdə soyadlar sosial status və ailənin nüfuzu ilə də əlaqələndirilir. Şəhər mühitində bəzi ailələr nadir və fərqli soyadlar seçərək həm fərdi, həm də sosial prestiji önə çəkirlər. Bu, soyadların həm identifikasiya, həm də sosial stratifikasiya funksiyasını ortaya qoyur. Soyad sistemi eyni zamanda tarixi və mədəni yaddaşı qoruyan vasitədir. Soyadlar vasitəsilə keçmiş nəsillərin peşələri, qəhrəmanlıqları və ya coğrafi mənsubiyyətləri gələcək nəslə ötürülür (İmer, 1987: 221). Bu baxımdan, soyadlar türk antroponimikasının sosial və mədəni əhəmiyyətinin ayrılmaz hissəsidir.

1934-cü il Soyadı Qanunu ilə hər vətəndaşa rəsmi soyad verilməsi Türkiyə antroponimik sistemində inqilabi dəyişikliyə səbəb oldu. Belə ki, soyadlar sosial status və ailə mənşəyi barədə məlumat verən, bəzən isə ideoloji mövqeyi də əks etdirən sosiolinqvistik amil kimi çıxış edir. Türkiyə türkcəsində yer alan soyadlarını aşağıdakı sosioloji amillər baxımından qruplaşdırmaq olar: peşə baxımından – Demirci, Terzi, Çoban; fiziki xüsusiyyətlər baxımından – Kara, Uzun, Sarı; təbiət leksikası baxımından – Dağ, Güneş, Yıldırım; vətənpərvərlik ruhlu leksik vahidlər baxımından – Bayraktar, Yurtsever, Kahraman və s.

2.3.Türkiyə türkcəsinin antroponimlərində dil kontaktlarının rolu

Son illərdə qloballaşma türk advermə sisteminə mühüm təsir göstərmişdir. Qlobal media, filmlər və sosial şəbəkələr gənc valideynlərin ad seçimində önəmli rol oynayır. Bunun nəticəsi olaraq, **Elif, Lara, Arda, Eren** kimi beynəlxalq səslənən adlar populyarlaşmışdır.

Qloballaşmanın təsiri yalnız adların fonetik və qrafik tərəfi ilə məhdudlaşmır. O, həm də sosial və mədəni motivləri dəyişdirir. Yeni nəsil valideynlər artıq ənənəvi dini və qəhrəmanlıq adlarına əlavə olaraq, fərdi identiklik və qloballaşan dünyada populyar olan şəxs adlarına üstünlük verirlər. Son dönəmlərdə aktual olan bu cür tendensiyalar türk antroponimikasını həm yerli mədəniyyətlə, həm də qlobal meyllərlə əlaqəli dinamik bir sistemə çevirmişdir. Qloballaşmanın Türkiyə türkcəsi antroponimlərinə təsirinin bir neçə faktoru olaraq aşağıdakı amilləri misal çəkə

bilərik: **əcnəbi mənşəli şəxs adları** – son dönəmlərdə xarici dillərdən gələn şəxs aları populyarlıq qazanmışdrı ⇒ Jasmin, Melissa, Arda, Lina ; **qısaldılmış təkhecalı şəxs adları** – sadə, yaddaqalan və beynəlxalq səviyyədə işlək olan adlara üstünlük verilir ⇒ Ela, Alp, Ada; **medianın təsiri ilə populyarlıq qazanan şəxs adları** – televiziya serialları və sosial media son 20 ildə advermədə əhəmiyyətli yer tutur ⇒ Elif, Ezel, Bihter, Behlül, Zeynep, Yaman, Polad, Memati, Abduley, Miraç, Emir, Feriha və s.

Türk adlarının sosiolinqvistik təhlili göstərir ki, advermə prosesi həm fərdi, həm də sosial kimliyin güzgüsü kimi çıxış edir. Şəhər və kənd fərqlilikləri, təhsil səviyyəsi, sosial status, cins və yaş kimi faktorlar şəxs adların seçiminə birbaşa təsir edir. Gənc, şəhərli ailələr arasında qısa, beynəlxalq səslənən adlar seçilir, kənd yerlərində isə daha çox ənənəvi və dini motivli adlar üstünlük təşkil edir. Bu fərqliliklər türk antroponimlərinin formalaşmasında təkcə dil və mədəniyyətin deyil, həm də sosial münasibətlərin, ailə ənənələrinin və ictimai gözləntilərin ifadə vasitəsi olduğunu göstərir. Coğrafi baxımdan türkiyənin şərq və cənub əyalətlərində ərəb və kürd mənşəli adlar üstünlük təşkil etdiyi halda (məsələn: Zülfikar / Zülkar, Şehmuz), qərb və şəhər bölgələrində isə daha çox türk mənşəli və müasir şəxs adlarına üstünlük verilir.

3. Ərəb antroponimlərinin sosiolinqvistik xüsusiyyətləri

Ərəb dili haqqında qısaca qeyd edə bilərik ki, bu dilin Fuşa adlandırılan ədəbi dil forması, bununla yanaşı : Məğrib, Misir, Şam (Levant), Körfəz, Mesapotamiya, Sudan kimi böyük dialektlər başda olmaqla yerli və qəbilə şivələrini də daxil olmaqla 30-dan artıq ərəb dilinin dialekt və şivələrinin olduğunu söyləyə bilərik (Salah, 2012 :20). Bunun fonunda ərəb dilinin onomastika bazasında bu dilin fərqli qolları və şivələrindəki adlar da nəzərə alınmaqla altı min ilə on min arası şəxs adlarının olduğunu söyləyə bilərik. Ərəb antroponimləri bu xalqın dil və cəmiyyət münasibətlərinin öyrənilməsində mühüm yer tutur. Ərəb dili və onun çoxsaylı dialektlərində yer alan şəxs adları tarixi, dini, qəbilə və sosial faktorların təsiri altında formalaşaraq mürəkkəb struktura malikdir. Şəxs adları ərəb cəmiyyətində yalnız identifikasiya vasitəsi kimi deyil, həm də dini mənsubiyyətin, nəsil bağlılığının və sosial statusun göstəricisi kimi də çıxış edir. İslam dininin yayılması ilə bağlı olaraq peyğəmbər, səhabə adları və dini mənalı leksik vahidlər antroponimik fondun əsas hissəsini təşkil edir. Bununla yanaşı, künyə, nisbə və ləqəblər kimi ad elementləri sosial münasibətləri və cəmiyyət daxili iyerarxiyanı əks etdirən mühüm dil vahidləri kimi ərəb dilinin antroponimik sistemində aktiv rola malikdir. Bu baxımdan ərəb antroponimlərinin sosiolinqvistik təhlili mədəni identikliyin və dilin sosial funksiyalarının daha dərindən anlaşılmasına imkan verir. Ərəb dilinin antroponimlər sistemi və dil xüsusiyyətləri bəzi amillər baxıımdan Azərbaycan və Türkiyə türkcəsindən fərqləndiyindən, burada aparıcı faktor kimi fərqli sosiolinqvistik amillər çıxış etdiyindən ərəb dilinin antroponimlərini sosiolinqvistik cəhətdən bir qədər fərqli aşağıdakı formada qruplaşdıra bilərik :

1) **Ərəb dilinin antroponimlərinin dini və tarixi kökləri;**
2) **Ərəb dilinin antroponimlərinin strukturu və komponentləri;**
3) **Ərəb dilinin antroponimlərinin sosial status və advermə ənənələri.**

3.1. Ərəb dilinin antroponimlərinin dini və tarixi kökləri.

Ərəb dilində şəxs adlarının formalaşması dərin dini və mədəni əsaslara dayanır. İslamın mərkəzində yerləşən ərəb dünyasında advermə prosesi əsasən Qurani-Kərim, Hədislər, və İslam tarixi şəxsiyyətləri ilə bağlıdır.

a) **Peyğəmbər şəxs adları** – ən yayılmış adlardan biri ***Muhəmməd***dir. Bundan başqa, İbrahim, İsa, Musa, Yusif kimi peyğəmbər adları da geniş şəkildə antroponimlər sistemində yer alır;

b) **Səhabə və əhli-beyt şəxs adları** – Əli, Həsən, Hüseyn, Əbdullah, Xədicə, Fatimə kimi adlar da dini yönümlü şəxs adlardandır;

c) **Abd hissəciyi ilə əmələ gələn şəxs adları** – ***abd*** *– qulluq edən* prefiksi ilə başlayan Abdullah (Allaha qul), Abdurrahman, Abdulaziz və s. kimi Allahın (C.C.) isimlərinə artılaraq əmələ gələn şəxs adlarını qeyd edə bilərik.

Ərəb advermə ənənələri qədim ərəb toplumlarından başlayaraq İslamın yaranması və yayılması ilə sıx bağlıdır. Ərəb adları həm dini, həm də tarixi aspektləri əks etdirir, çünki bir çox ad Quranda, hədislərdə və ərəb tarixində öz izini qoymuşdur. Ərəb dünyasında şəxslərin adları yalnız fərdi identifikasiya üçün deyil, həm də dini mənsubiyyətin, sosial statusun və mənəvi dəyərlərin daşıyıcısıdır. Məsələn, Muhəmməd, Əli, Hüseyn, Həsən kimi adlar həm peyğəmbər və imamlara olan hörməti göstərir, həm də ailənin dini bağlılığını əks etdirir. Tarixi baxımdan, adların formalaşmasında şairlərin, qəhrəmanların və hökmdarların adları da geniş yayılmışdır. Ərəb adlarının dini və tarixi kökləri onların təkcə məna baxımından deyil, həm də fonetik və morfoloji xüsusiyyətlərinə təsir etmişdir. Bir çox ad həm qısaldılmış, həm də əlavəli formalarla işlənir. Məsələn: Abdullah adı **Allah** və **abd** komponentlərindən ibarət olmaqla həm dini mənanı, həm də fərdi şəxsiyyəti ifadə edir.

Ərəb adverməsində nəslin və qəbilənin önəmi böyükdür; adlar tez-tez ata və nənə adlarının davamı olaraq körpələrə verilir və eyni zamanda ailənin sosial və dini statusunu göstərir (Беликов, 2011: 25). Tarixi dövrlərdə ərəb adlarının yayılması yalnız Ərəb yarımadası ilə məhdudlaşmamış, İslam imperiyasının genişlənməsi ilə bütün Orta Şərq, Şimali Afrika və İberiya yarımadasına qədər yayılmışdır. Bu səbəbdən ərəb antroponimikasında həm klassik, həm də regional fərqliliklər mövcuddur. Dini mətnlər və şifahi ənənələr adların seçilməsində əsas göstərici kimi çıxış edir. Bundan əlavə, İslamın tarixi inkişafı ərəb adlarının yalnız dini və tarixi yox, həm də sosial əhəmiyyət daşımasına səbəb olur. Bu adlar insanların kimliyini, mənsubiyyətini və ətraf mühitlə münasibətlərini müəyyənləşdirir.

İslamdan əvvəlki dövrdə isə adlar daha çox qəhrəmanlıq və təbiət motivləri ilə bağlı idi, lakin İslamın yayılması ilə dini məna üstünlük qazandı. Beləliklə, ərəb antroponimikasının dini və tarixi kökləri həm fərdi, həm də kollektiv identiklik üçün əsas rol oynadığını, eyni zamanda sosial-mədəni normların formalaşmasına təsir göstərdiyini qeyd edə bilərik.

3.2. Ərəb dilinin antroponimlərinin strukturu və komponentləri

Ərəb adlarının strukturu adətən bir neçə komponentdən ibarətdir və bu komponentlər adın mənası, sosial funksiyası və mənsubiyyətini müəyyən edir. Ən əsas komponentlərdən biri **şəxs adı (ism)**, yəni fərdin əsas adı, digəri **ata adı (nəsəb)**, yəni kişinin atası ilə əlaqəsi və qəbilə və ya ailə adı (ləqəb və ya nisbə)dir. Məsələn, Əhməd ibn Yusuf əl-Qaradavi nümunəsində Əhməd şəxsin adını, ibn Yusuf onun atası, əl-Qaradavi isə mənsub olduğu qəbiləni göstərir. Ərəb adlarında tez-tez dini komponentlrə də rast gəlinir. Məsələn, əbd komponenti Allahın adları ilə birləşərək Abdullah, Əbdülrəzzaq, Əbdüllətif və s. kimi şəxs adları formalaşır. Struktur baxımından ərəb adları fleksiyalara və dəyişmələrə açıqdır, şəxs adların bəzi hallarda tək və ya cəm formaları, ləqəb və sevgi ifadəsi kimi əlavələri mövcuddur.

Adların semantik strukturu isə insanın dini, əxlaqi və sosial statusunu əks etdirir. Ərəb antroponimikasında ləqəblər (künyə) də vacib rol oynayır. Məsələn, Əbubəkr adında əbu

komponenti atalıq və hörmət ifadə edir. Advermə ənənəsində sosial və dini göstəricilər əhəmiyyətli rol oynayır. Yüksək sosial statuslu şəxslər daha uzun və mürəkkəb adlara malik olur, kiçik sosial qruplarda isə qısa və sadə adlar üstünlük təşkil edir. Ərəb adlarının fonetik quruluşu da sosiolinqvistik mənaya sahibdir. Bəzi qısaltmalar və fonetik amillər prestijli ailələrdə və nüfuzlu qruplarda daha çox istifadə olunur (Фирсова, 1992:32). Eyni zamanda, ərəb adlarının komponentləri ailənin və qəbilənin sosial statusunu, dini mənsubiyyətini və tarixini göstərir. Müasir ərəb dünyasında adların strukturu bəzən qısaldılır və ya beynəlxalq üsluba uyğunlaşdırılır, lakin əsas komponentlər hələ də saxlanılır. Beləliklə, ərəb adlarının strukturu yalnız fərdi identifikasiya üçün deyil, həm də sosial və dini mənsubiyyətin ifadəsi kimi çıxış edir və sosiolinqvistik baxımdan böyük əhəmiyyət kəsb edir.

Ərəb antroponimik sistemi çoxkomponentlidir. Klassik formada bir şəxsin adı aşağıdakı elementlərdən ibarət ola bilər:

1) İsm (adı) – şəxsin əsas adını bildirir: Ömər
2) Künyə – *əbu* və ya *üm* formasında övladın adı ilə əlaqələndirilir. Əbu Həmid (Həmidin atası)
3) Nəsəb – ata və ya nəslin adını bildirir: İbn Abdullah (Abdullahın oğlu)
4) Nisbə – mənsubiyyət və ya coğrafi göstəricini bildirir: Əl-Bağdadi, Əl-Ənsari
5) Ləqəb – fəxri ad və ya ləqəbi bildirir: Əl-Faruq, Əl-Amin.

Bu komponentlər fərdin ictimai statusunu, mənsubiyyətini, dini və tarixi kimliyini ifadə edir. Ərəb dünyasında soyadlar (ləqəb və ya nisbə) fərdi identifikasiya və sosial kimliyin mühüm elementidir. Soyadlar qəbilə, ailə və ya coğrafi mənsubiyyəti göstərir. Məsələn, əl Qərdavi soyadı şəxsin Qərda bölgəsindən olduğunu bildirir, əl Faysal isə hökmdar sülaləsinin mənsubiyyətini ifadə edir. Soyadlar sosial statusun göstəricisi kimi çıxış edir; bəzi soyadlar prestijli ailələrə məxsusdur və onların sosial nüfuzunu gücləndirir. Eyni zamanda, soyad və ləqəb sistemləri fərdi və kollektiv kimliyin ifadəsi kimi çıxış edir və sosiolinqvistik baxımdan böyük əhəmiyyət daşıyır. Ərəb adları sosial, dini və dil faktorlarının güclü təsirinə məruz qalır:

a) Dialektik fərqlər: Məsələn, Muhəmməd adının tələffüzü Misirdə Maḥammad, Levantda Muhammad, Körfəz bölgəsində Muḥammad kimi cüzi dəyişikliklər göstərə bilər.
b) İdeoloji mövqe: Ad seçimi bəzən dini-seçkili meyilləri əks etdirir. Məsələn, şiə ailələrdə Hüseyn, Zeynəb kimi şəxs adları üstünlük təşkil edir.
c) Müasirlik və qloballaşma: Gənc ərəb ailələri arasında Layal, Naya, Lina kimi beynəlxalq səslənən şəxs adları populyarlıq qazanmışdır.
d) Gender və modernlik: Qadın adlarında klassiklərlə yanaşı müasir, daha universal adlara da keçid müşahidə olunur.

Soyadların formalaşması tarixi və dini faktorlarla əlaqəlidir. Məsələn, ibn komponenti ata ilə əlaqəni göstərir və nəsil boyu ötürülür. Soyadlar həm də ictimai və siyasi kontekstdə fərdi və kollektiv identikliyi təmin edir. Müasir dövrdə urbanizasiya və qloballaşma soyadların istifadəsi meylini dəyişdirmiş, lakin əsas funksiyaları hələ də qorunmaqdadır.

Ərəb soyadları sosial kimliyin əsas göstəricisi kimi çıxış edir və sosiolinqvistik baxımdan adların yalnız fərdi deyil, həm də kollektiv mənsubiyyəti əks etdirir.

Soyadlar ərəb cəmiyyətində nisbətən yeni anlayış olsa da, xüsusilə müasir dövrdə dövlət sənədlərində və beynəlxalq əlaqələrdə geniş tətbiq olunur. Əvvəllər daha çox ləqəb, mənsubiyyət (nisbə) və atanın adı ilə identifikasiya actual idi:

1) Əl prefiksi ilə başlayan soyadlar bir tayfa, region və ya ailəyə mənsubiyyəti bildirir: Əl-Harbi, Əl-Mənsuri.
2) Qəbilə və coğrafi identifikasiya: Əl-Şami (Şam bölgəsindən), Əl-Misri (Misirdən), Əl-Yəməni (Yəməndən)
3) Peşəyə əsaslanan soyadlar azlıq təşkil edir, lakin bəzi regionlarda mövcuddur: Ət-Təccar (tacirlər), Əl-Xətib (xətiblər nəsli).

3.3. Ərəb dilinin antroponimlərinin sosial status və advermə ənənələri

Ərəb dünyasında advermə yalnız fərdi seçim deyil, eyni zamanda sosial statusun göstəricisidir. Nüfuzlu ailələrdə ad seçimi adətən uzun, mürəkkəb və dini komponentlərlə bağlı olur. Məsələn, Muhəmməd əl-Mehdi ibn Abdullah. Ailə və qəbilə statusu advermədə əsas rol oynayır. Adların seçimi vasitəsilə ailənin prestiji, dini bağlılığı və sosial mövqeyi əks olunur. Sosial baxımdan, bəzi adlar yalnız yüksək təbəqələrə aid sayılır, digər şəxs adları isə ümumi xalq arasında daha çox yayılmışdır.

Advermə prinsipləri dini, tarixi, mədəni və estetik faktorların sintezini əhatə edir. Eyni zamanda, valideynlər ad seçərkən antroponimin mənasını, fonetik xüsusiyyətini və gələcəkdə fərdin sosial inteqrasiyasını nəzərə alırlar. Dini adlar və peyğəmbər adları prestijli və hörmətli ailələrdə üstünlük təşkil edir, bəzən isə mənşəyi qəbiləyə bağlı olan ləqəblər sosial statusu göstərir. Qloballaşma və şəhər mühitində bəzi adların beynəlxalq üsluba uyğunlaşdırılması müşahidə olunur, lakin ənənəvi advermə prinsipləri hələ də güclüdür.

Sosial status və advermə prinsiplərinin əlaqəsi ərəb sosiolinqvistikasında adların yalnız dil yox, həm də cəmiyyətlə bağlı funksiya daşıdığını göstərir. Bu prinsiplər adların həm fərdi, həm də kollektiv identifikasiya rolunu gücləndirir.

Ərəb ölkələrində advermə prosesi ailənin dini təmayülünə, məzhəbinə (sünni, şiə), qəbilə mənsubiyyətinə və sosial mövqeyinə görə dəyişə bilər:

a) Kral ailələri və zadəganlıq: Adların içində bin, bint, əl prefiksləri ilə birlikdə yüksək status bildirilir – Muhammad bin Səlman əs-Saud.
b) Qəbilə mənsubluğu: Bir çox ərəb adları qəbilə mənsubiyyətini göstərir – Əl-Qəhtani, Ət-Təmimi.
c) Dini təəssübkeşlik: Bəzi ailələr dini simvolizmi gücləndirən adlara üstünlük verir: Nur, Hidayə, İman, Təqva, Şükür.

Ərəb adlarının sosiolinqvistik xüsusiyyətləri onların yalnız linqvistik və semantik aspektlərlə məhdudlaşmadığını göstərir. Adların seçimi və istifadəsi sosial təbəqə, dini mənsubiyyət, cins və yaş, coğrafi məkan və ailə ənənələrinə görə dəyişir. Müasir ərəb dünyasında qloballaşma, urbanizasiya və media təsiri nəticəsində adların beynəlxalq səslənməyə uyğunlaşdırılması müşahidə olunur, lakin dini və tarixi ənənələr hələ də güclüdür. Sosial qruplar arasında şəxs adların fərqli variantları, qısaldılmış formaları və ləqəbləri istifadə edilir ki, bu da adların prestij və sosial identikliyini göstərən vasitə olduğunu sübut edir. Ərəb adlarının fonetik və morfoloji xüsusiyyətləri də sosial mənaya malikdir. Bəzi antroponimlər prestijli ailələrdə üstünlük təşkil edir, digər şəxs adları isə daha çox xalq arasında yayılmışdır. Advermə prosesində sosial stratifikasiya, gender və yaş faktorları sosiolinqvistik analiz üçün vacib göstəricilərdir. Bu

xüsusiyyətlər göstərir ki, ərəb antroponimikasında adlar yalnız fərdi identifikasiya deyil, həm də sosial və dini kontekstin güclü göstəricisidir.

Aparılmış tədqiqat sübut edir ki, antroponimlər dilin sosial funksiyasını ən aydın şəkildə əks etdirən leksik vahidlərdəndir. Azərbaycan, türk və ərəb antroponimik sistemləri tarixi inkişaf mərhələləri, dini təsirlər və mədəni faktorlar baxımından həm oxşar, həm də fərqli xüsusiyyətlərə malikdir. Sosial stratifikasiya, gender və yaş amilləri şəxs adlarının semantik və struktur xüsusiyyətlərinə birbaşa təsir göstərir.

Qloballaşma prosesi advermə ənənələrini yeniləsə də, milli və dini mənsubiyyət hələ də qorunmaqdadır. Antroponimlərin sosiolinqvistik təhlili dil–cəmiyyət münasibətlərinin dərin qatlarını üzə çıxarır. Məqalədə əldə etdiyiiz nəticələr gələcək onomastik və müqayisəli dilçilik tədqiqatları üçün elmi baza formalaşdırır. Ərəb və Azərbaycan antroponimlərində İslam dininin, Türk adlarında isə həm qədim türk mifologiyası, həm də İslam dinimizin təsirləri paralel şəkildə özünü göstərir. Ərəb və Azərbaycan antroponimikasında dini motivasiyalı şəxs adlarının üstünlük təşkil etməsi fərdin dini mənsubiyyətini, ailənin inanc sistemini və ictimai identifikasiyasını əks etdirir. Bu mənada antroponimlər yalnız fərdi deyil, eyni zamanda ictimai rəmz daşıyıcısı funksiyasını da yerinə yetirir.

Bununla yanaşı, qeyd etmək yerinə düşər ki, Azərbaycan və türk dillərində soyad sistemi XX əsrdə dövlət siyasətinin təsiri ilə formalaşmışdır. Ərəb soyadlar sistemi isə daha çox nəsəb, qəbilə və coğrafi mənsubluğa əsaslanır. Ərəb adlarında uzun və çoxkomponentli strukturlar, Azərbaycan və türk adlarında aydın və məna yüklü leksik vahidlər üstünlük təşkil edir.

İSTİFADƏ EDİLƏN ƏDƏBİYYAT:

1. Aliyev, R .(2002). Antroponimikanın müasir aspektləri: sosiolinqvistik yanaşma. Bakı: Mütərcim, 164 s..
2. Azərbaycan dilinin böyük izahlı onomastik lüğəti. I cild. Antroponimlər. (2011). Bakı: Nurlan, 486 s.
3. Dağdeviren, M. (2021). Sosyokültürel Değişim ve Ad Seçimi: Türkiye'de Modern İsim Eğilimleri. Türklük Bilimi Araştırmaları, s. 78–99.
4. Əhmədov, M. (2005). Azərbaycan antroponimlərinin tarixi və leksik-semantik təhlili. Bakı: Elm, 125 s.
5. Əzizova, P. (2005). Sosiolinqvistika: problemlər, metodlar. Bakı: Nurlan, 149 s.
6. Fatihi, A. (2007). Arabic Onomastics and Society: Names as Cultural Identity. Beirut: Dar Al-Nahda. p. 52-54
7. Həmzəyeva, E. (2004). Türk mənşəli şəxs adları sözlüyü. Bakı: AzAtaM, 31 s.
8. Hüseynova, E. (2019). Müasir türk dili: Tərcümənin linqvistik problemləri. Bakı: Savad, 160 s.
9. Hüseynova, E. (2024). Ekolinqvistika: Oğuz qrupu türk dillərində flora və fauna. Bakı: Elm və təhsil, 220 s.
10. Hüseynova, E. (2024). Ekolinqvistika: Oğuz qrupu türk dillərində relyef və iqlim. Bakı: Elm və təhsil, 208 s.
11. İmer, K. (1987). Toplum dil bilimin kimi kavramlarına kuramsal bir bakış ve dil türleri. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi, 31(1-2) s. 213-230
12. Peirce, P. (2019). Hürrem Sultan. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları, 432
13. Salah, A. (2012). Arabic Personal Names: Meanings and Sociolinguistic Dimensions. Cairo: Al-Azhar University Press. p. 20-21
14. Беликов, В. (2011). Социолингвистика. Москва: РГГУ, 315 с.
15. Фирсова, Н. (1992). Социолингвистические и лингвистические аспекты в изучении иностранных языков. Москва: РУДН, 111с.