



GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



Araştırma Makalesi • Research Article

Kültürel Belleğin Günlük Yaşantıdaki Kodları: Kilis'teki İş Yeri Adları Üzerine Bir İnceleme

The Codes Of Culturel Memory In Daily Life: A Research About Workplaces In Kilis

Gülşah PARLAK KALKAN^{a*}

^aDr. Öğr. Üyesi, Kilis 7 Aralık Üniversitesi, Türkçe ve Sosyal Bilimler Eğitimi Bölümü, Kilis / TÜRKİYE
ORCID: 0000-0003-0986-9768

MAKALE BİLGİSİ

Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 25 Eylül 2020

Kabul tarihi: 12 Ocak 2021

Anahtar Kelimeler:

Kilis,

Ad,

Ad Verme,

İş Yeri,

İş Yeri Adları

ARTICLE INFO

Article History:

Received September 25, 2020

Accepted January 12, 2021

Keywords:

Kilis,

Name,

Naming,

Workplace,

Workplace Names

ÖZ

Dil incelemelerinin kültürel yapıyla ilişkili bir çalışma alanı olan ad bilimin oldukça mühim sayılabilecek araştırma alanlarından biri de iş yeri adlarıdır. Dilin hem işlevsellik hem de anlam zenginliği bakımından dinamızın somut bir şekilde yansımaları olan iş yeri adlarının da tüm adlandırmalarda olduğu gibi, insanlar tarafından verildiği düşünüldüğünde, kişilerin duygu ve düşünceleri hatta parçası olduğu toplumun kimliği hakkında önemli ipuçlarını bünyesinde barındırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bugün, ülkemizde iş yeri adlarını değişik açılardan değerlendiren pek çok kıymetli çalışma olmasına karşın bu tür araştırmaların yeterli düzeyde olduğunu söylemek zordur.

Dolayısıyla ad bilime katkısı olacağı düşünülen bu çalışmada, Kilis'in iş yeri adları anlam bakımından incelenerek neticede Kilis'te adlandırma olgusunun nasıl gerçekleştiği konusunda somut verilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu maksatla özellikle Kilis'in en işlek caddelerinden Cumhuriyet Caddesindeki ve Murtaza Caddesindeki iş yeri adları örnek alınmış; iş yeri sahipleri ile görüşmek suretiyle onlara iş yeri adına nasıl karar verildiği sorulmuş ve alınan cevaplar doğrultusunda elde edilen gerçek veriler üzerinden çalışılmıştır.

ABSTRACT

One of the most important research areas of onomatology, which is a field of study related to the cultural structure of language studies, is workplace names. The workplace names reflect perceptibly dynamism of language with regard to functionality and meaning richness. For this reason, it is predicable that the workplace names give us significant clues about feelings and thoughts of people even about identity of the society taking into consideration those names are given by people that live in the society. Although there are many valuable studies on the field of working place in our country, it is still not as it should be.

To this end, aiming to contribute to onomatology in that study, it has been tried for getting tangible data about how the naming process happened in Kilis by analysing workplace names in Kilis in point of their meanings. In line with this purpose, the workplace names on Cumhuriyet Street and Murtaza Street which are the most crowded ones have been picked particularly as sample. Interviewed and asked to the owners of the workplaces how the naming process took place, it has been studied with actual data.

* Sorumlu yazar/Corresponding author.
e-posta: gulsahparlak@kilis.edu.tr

EXTENDED ABSTRACT

It can be for certain said that there is no person, thing or a situation which has no definition under the sun. This fact of denomination is as old as the history of mankind itself. However, in the process of time it has turned into a cultural phenomenon passing down. To be thought of the names, which are grammatically significant, on its own merits, therefore, it is clear that the names are symbolic signs that contain in itself a common cultural memory in the background. So called "Onomastic", in other word "Onomatology", is derived from analyses which are performed with the aim of cultural deduction based on those "symbolic signs" and of obtaining information about the language in question. Right after existed, Human being tried to get to know and to denominate himself and then everything around according to their distinctive features. While denominating every single person preferred names according to his/her own point of view, perception and his/her socio- cultural conditions. Even considering studies about names, those processes of denomination have a surprisingly large system of culture and perception in the background. Workplace names, which are given in order to be distinguished and to indicate its area of activity, have become diversified and coloured by changing social structure and increasing population. Business owners may prefer more interesting, easier, catchy and related to the business in order to make better sales or draw attention in harsh competitive environment. Thus, workplace names acquire dimension of mass medium besides being just a name. In Turkey, there are many valuable studies about workplaces in terms of its role of culture and language bearer. Even recent years those kinds of studies have remarkably increased. On the other hand, those studies are not enough to make an inventory overall.

In large part of those studies, documents, data by archive research are utilized rather than sociological research which determines cultural structure. In this regard, that study differs from other studies with respect to being a field survey and one on one interview.

The aim of that study is to determine how Kilis province denominates workplaces and what the main approach is about that. For this aim, workplaces on Cumhuriyet Street, Murtaza Street and some other workplaces on running side streets have been evaluated as cultural indicators and their names' messages have been analysed thoroughly. Sample case out of qualitative research methods has been applied. Sample case is one that analyses any kind of person or community or culture in order to make explanation and interpret. In this sense, data achieved is only valid for field of study and may be generalised under certain conditions. As starting step of this descriptive study, 1400 workplace names were recorded in different date range of 2018-2019 and then stories of denomination given by owners were collected by one on one interview method. Data collected were interpreted by using categorical content analysis. We mustn't keep in mind that workplace names are very crucial material for studies of language or language-culture because workplaces are located on very dynamic environments in which people from any social stratum, village or city, rich or poor meet. Moreover, data were mostly collected from native population as this is a culture detection study.

According to survey data, all in all, Kilis workplace names are related to daily life, routines, tastes and subsistence economy of community. Usage of Turkish language in workplace names was ignored and that is another case. Workplace owners made use of their own surnames or expressions of quality and feature of service given. Secondary preference was mostly individual and depended on variable reasons. Apart from these preferences, there were another preferences. Workplace names were used grammatically correct in general. Just some mis types were there. Some examples were given in tables enclosed. (Table 3 and 4). In one case, the owner called Zeki named his workplace as Zaki on the purpose of gain attention. In another case, a workplace was named as Kozmetika in order to put emphasis on its top (A) quality. With this study conducted, it is aimed to create awareness in the matter of workplace names which have very crucial role from the point of language – culture relation. For Kilis province studied by now, that subject may be gone about for other provinces in every respect.

Giriş

İletişimin temel faktörü olan dil, aynı zamanda toplumların duygu-düşüncelerini, gelenek-göreneklerini, inançlarını ve yaşam felsefesini şifreleyen sistematik bir zincirdir (Gaddar, 2014:319). Bu bakımdan kültürün yapı taşı rolünü üstlenen dil ile kültür arasında sürekli bir etkileşim ve ayrılmaz bir bağ mevcuttur. Dilin kullanımı kültürü; kültürün dokusu, yapısı ise dili etkiler durumdadır (Aydın, 2016: 309).

Dil, iletişim ve kültür taşıyıcılığı rolü ile birlikte hem birey hem de toplum için bir kimlik, millî bir şuur demektir. Tarih sahnesine bakıldığında, varlığını koruyamamış, kimliğini unuttuğu toplumlarda tahribatın özellikle dilde başlamış olduğunu; dilini bırakan, unutan bireylerin ve toplumların zamanla millî benliğinden de sıyrıldığını görmek şaşırtıcı bir durum değildir. Dolayısıyla bugün “millet” bilincine erişmiş toplumların, öncelikle belli bir duyuş-düşünüş tarzını (kültürünü) gelecek nesillere aktarabileceği ortak bir dillerinin olması gerektiği ön koşulu kaçınılmaz bir gerçektir.

Belirtildiği üzere, ancak dil ile kimliğini somutlaştıran ve varlığının sürekliliğini sağlayan toplumların bir taraftan bireyleri arasındaki iletişimin devamlılığı bir taraftan da dünya platformundaki yerleri için dillerini korumaya ve geliştirmeye çalışmaları hayati bir zarurettir.

En genel ifade biçimiyle milletlerin “varlık” sebebi olan dilin dinamizminin betimlenebileceği alanlardan biri de adlandırmadır. Birey için olduğu kadar milletler için de var olmanın ilk belgesi olan adlandırma, bireysel ve millî bakımdan pek çok ipucunu şifrelediği için incelemeye değer mühim bir mevzudur (Alkaya, 2001: 442).

İnsanoğlu, tabiat karşısında öncelikle kendini tanımaya ve adlandırmaya çalışmış; daha sonra da kendisini çevreleyen her şeyi, ayırt edici özelliklerini dikkate alarak adlandırmıştır (Şenel, 2013: 39). Bu ad verme-alma gerçekleşirken her insan, her toplum kendi düşünce dünyasına, algılayışına ve içinde bulunduğu sosyo-kültürel şartlara göre adlar tercih etmiştir. Sonuç itibarıyla adlarla ilgili yapılan çalışmaların neticeleri de göz önünde bulundurulduğunda, basit birer dil birimi gibi görünen adların gerisinde şaşırtıcı boyutta bir kültürel sistemin ve algılayış biçiminin varlığı dikkat çekmektedir.

Her toplumda değişik durum ve olgulara bağlı gerçekleşen ad tercihi, özel mesajlara işaret eden ve belli bir amaç güden benzetmeler içerebileceği gibi, toplumdan ve kültürden bağımsız salt duygu değeri de taşıyabilir (Öztürk Dağabakan, 2006: 27).

Adların bireysel ve millî-mahallî ifade biçimleriyle birlikte evrensel boyutu da gözden kaçırılmamalıdır. Her ülkenin kendine has birtakım ad verme gelenekleri, kuralları da olsa yapılan incelemelerle görülecektir ki yeryüzünün pek çok yerinde ortak eğilimler, benzer pratikler mevcuttur (Şenel, 2017: 73).

Dilin belirtilen kültür taşıyıcılığı kimliği bağlamında son derece zengin ve çeşitli bir malzeme alanı sunan adlandırma içinde önemli bir yeri olduğu düşünülen iş yeri adları, bilhassa kentleşme, sanayileşme ve hızlı rekabetin zirve yaptığı günümüz koşullarında adeta ticaretin resmî gerekliliğinin dışına çıkmış; kültürel bir ifadesi, mesajı olan dev bir folklor olayına dönüşmüştür.

Temelde bir iş yerini, benzer diğer bir iş yerinden ayırmak ve faaliyet alanını belirtmek amacıyla verilen iş yeri adları, değişen sosyal yapı yahut artan nüfusla birlikte çeşitlenmiş ve renklenmiştir. Kişiler, zorlu rekabet ortamında daha iyi satış yapabilmek ve dikkat çekebilmek için iş yerlerini adlandırırken geleneksel (soyadı-kişi adı-dinî adlar vb.) tercihlerle birlikte ilginç, kolay akılda kalıcı ve yapılan işle ilgili mesajlar içeren adlar da tercih etmektedirler (Arvas, 2011: 4). Böylelikle Boyraz’ın da (2003: 142) ifade ettiği gibi ticari işletme adları, bir iş yerini tanımlamanın yanında, kitle iletişim aracı ve biçimi olma boyutu da kazanmıştır.

Türkiye’de iş yeri adlarıyla ilgili hem dil hem de dilin kültür taşıyıcılığı rolü açısından yapılmış pek çok kıymetli çalışma mevcut ve hatta son yıllarda bu çalışmaların sayısı bir hayli artmıştır. Hal böyleyken iş yeri adlarıyla ilgili çok yönlü genel bir envanter oluşturabilmek için ne yazık ki bu çalışmaların sayısı yeterli düzeyde değildir (Yaman ve Ekmekçi, 2016: 219; Gaddar, 2014: 320).

Ayrıca yapılan çalışmaların büyük bir bölümünde toplumun kültürel dokusunu fotoğraflayacak sosyolojik, folklorik araştırma ve tespitler yerine daha çok ilgili belge, arşiv yahut doküman taramasıyla ulaşılan veriler, malzemeler kullanılmıştır (Uysal, 2012: 241). Nitekim söz konusu bu çalışma, bizzat alanda yapılan tarama ve birebir görüşmeye dayalı bir çalışma zeminine oturtulmuş olması bakımından farklılık arz etmektedir. Yine konuyla ilgili alan taramasıyla hazırlanmış kıymetli bazı çalışmaları burada zikretmek yerinde olacaktır:

Mert ve Türkmen (2014), iş yeri adlarındaki yabancılaşmanın hangi şartlarda ve hangi tercihler sonucunda gerçekleştiğini, Türkçe adlara ek yapılarak yabancılaştırılanlar ve birtakım eklemeler yapılarak yeniden türetilip yabancı görünümü verilmiş iş yeri adları kısıtlaması ile alanda bu kısıtlamaya uyan iş yeri adlarını tespit etmiştir. Bu maksatla aralarında Elâzığ, Tekirdağ, Mersin, Bitlis, Van, Gaziantep, Trabzon gibi farklı bölgelerde bulunan iller gezilerek gözlem ve mülakat teknikleri ile veriler toplanmıştır.

Boyras (2003), iş yeri adlarında saklı kültür haritasını, çalışmasında da belirttiği gibi iş yeri adlarında Türkçenin kullanımının dil bilimsel yöntemlerle irdelenmesi mevzusundan bağımsız bir şekilde gözler önüne sermiştir. Dolayısıyla her biri birer kültürel gösterge olan iş yeri adlarını, Lasswell’in kitle iletişimini çözümlemek için önerdiği modellerden biri olan **“Kim, ne diyor, hangi kanalla, kime, hangi etkiyle”** sorularının cevaplarını bulma noktasında değerlendirmiştir (Boyras, 2003: 150).

Yine Sivas’taki iş yeri adlarıyla ilgili bir çalışma yapan Kaya (2008) sahada yapılan derleme esnasında iş yeri sahiplerine bazı sorular yönelmiş (iş yerine bu adın verilmesinin sebebi nedir gibi) ve verilen cevaplar doğrultusunda adları on dokuz farklı başlıkla kategorize etmiştir. Kaya’nın iş yeri adlarıyla ilgili oluşturduğu bu tasnif, aynı zamanda bizim çalışmamızın kategorilerinin oluşmasına da kaynaklık etmiştir.

Yaman ve Ekmekçi (2016), Samsun’daki iş yeri ve mekân adlarını sahada yapılan iki aylık bir çalışmayla betimsel olarak değerlendirmiştir. Toplanan 200 civarında İngilizce etkisinde oluşturulmuş bu adlar; **1. Tamamen İngilizce Sözcükler ve Sesler Kullanılarak Oluşturulan İsimler, 2. Söz Dizisine İngilizce Başlayıp Türkçe Devam Ederek Oluşturulan İsimler, 3. Söz Dizisine Türkçe Başlayıp İngilizce Devam Ederek Oluşturulan İsimler, 4. Türkçe Sözcüklerin Yazım Şeklini Kısmen veya Tamamen İngilizceleştirerek Oluşturulan İsimler, 5. İngilizce Sözcüklerin Yazım Şeklini Kısmen veya Tamamen Türkçeleştirerek Oluşturulan İsimler, 6. Türkçe ve İngilizce Unsurları Tek Bir Sözcükte Birleştirerek Oluşturulan İsimler, 7. Kültürel Unsurların Melezleştirmeye Dâhil Olduğu Örnekler** şeklinde altı kategoride tasniflemiştir. Neticede oluşturulan her bir başlıkta verilen oransal değerlerle yabancı ad tercihinin dikkat çekmek, genç kuşağa hitap edebilmek, farklı yahut süslü görünmek gibi gerekçelere bağlı olarak geliştiğinin altı çizilmiştir.

Alkibay (1996), diğer çalışmalardan farklı bir yaklaşımla değerlendirdiği yabancı kaynaklı iş yeri adlarının Ankara’daki durumunu ve oransal dağılımını ele aldığı çalışmasında, mağazaların -markalar hariç- %25’inin yabancı kökenli ad tercih ettiğini; tercih oranlarının gençlere hitap eden spor giyim mağazalarında, gelir düzeyinin yüksek olduğu semtlerde bulunan mağazalarda yüksek olduğunu ve genellikle hâkim dilin İngilizce olduğunu, bunu Fransızcanın takip ettiğini aktarmıştır.

Karademir (2004), Diyarbakır'da sahadan topladığı 1876 mağaza ve iş yeri adını, Türkçenin kullanımı bakımından **1. Tek Kelimeden Oluşanlar 2. Ad Tamlaması Kuruluşunda Olanlar, 3. Sıfat Tamlaması Kuruluşunda Olanlar 4. İlgi Durumu Grubu Kuruluşunda Olanlar 5. Kısaltma Grubu Kuruluşunda Olanlar 6. Tamamen Yabancı Görünümünde Olanlar** başlıklarıyla tasnifleyerek sonuç kısmında ana başlıklarla alt başlıkların oransal dağılımını da vererek değerlendirmiştir.

Türkiye'de iş yeri adlarıyla ilgili yapılmış çalışmalar arasında zikredilmesi gereken diğer bir çalışma ise Üstünova vd. (2010) tarafından proje kapsamında hazırlanmış olan *Bursa'daki İş Yeri, Cadde, Mahalle, Sokak Adlarında Türkçenin Kullanımı* adlı araştırmadır. Proje verileri arasında yer alan ve sayıca çok fazla olan Bursa'daki iş yeri adları (22.433), Türkçenin kullanımı bakımından oldukça ayrıntılı tasniflerle değerlendirilmiştir. Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde iş yeri adları, ilk seslerine göre tasniflenmiş; ikinci bölümünde ise alfabetik sırayla oluşan her harfte toplanan veri, sözcüklerin kökenleri bakımından **1. Tamamı Türkçe Sözcükten Oluşan İş Yeri Adları 2. Tamamı Yabancı Sözcükten Oluşan İş Yeri Adları 3. Türkçe + Yabancı Sözcük Şeklinde Oluşturulan İş Yeri Adları** başlıklarda incelenmiş; üçüncü bölümde ise 22.433 adet iş yeri adının yapısal kuruluş itibarıyla Türkçenin karakteristiği ile uyum sağlayıp sağlamama durumu tespit edilmiştir. Ne yazık ki ulaşılan tablo, Türkçe açısından pek de olumlu görünmemektedir. İş yeri adlarının 1596'sı %7'lik bir oranla tamamen Türkçeyken 6574'ü %29'luk oranla tamamen yabancı, 14.263'ü ise %64'lük oranla Türkçe + Yabancı Sözcük şeklinde olduğu görülmüştür.

Alana katkı sunan diğer kıymetli çalışmalardan bazıları ise Akalın (2001), Armağan (2001), Arslan ve Diyapoğlu (2018), Balcı (2013), Demircan (2001), Küçük ve Saraç (2008), Özyıldırım (2001), Sakaoğlu (2003), Şahbaz ve Sakar (2017), Şişman (2018), Üstünova vd. (2009) tarafından hazırlanmış makale veya bildirilerdir. Ayrıca konuyu daha kapsamlı bir şekilde irdeleyen tezler (Kandemir, 2004) de bulunmaktadır.

Yöntem

Söz konusu çalışmanın amacı, Kilis ili Cumhuriyet Caddesi ve Murtaza Caddesi'ndeki ve ayrıca trafiğin yoğun olduğu bazı ara caddelerdeki iş yeri adlarını kültür göstergeleri olarak değerlendirip içerdikleri mesajları deşifre ederek Kilis'in ad verme konusundaki haritasını oluşturmaktır. Bu bakımdan çalışma evreni nitel araştırma yöntemlerinden örnek durum çalışması modeli üzerine temellendirilmiştir. Örnek durum çalışması herhangi bir birey, topluluk ya da kültürü anlamaya, açıklamaya, yorumlamaya dayanan bir inceleme yöntemidir. Buna bağlı olarak ulaşılan veriler yalnızca çalışma sahası için geçerli olup ancak sınırlar dâhilinde birtakım genellemeler yapılabilir (Şahbaz ve Sakar, 2017: 475).

Betimsel bir araştırma olan bu çalışmanın ilk basamağında; 2018 ve 2019 yıllarının değişik zaman aralıklarını kapsayan dönemlerinde toplamda 1314 iş yeri adı kayda geçirilmiş, ardından bu iş yerlerinin sahipleriyle birebir görüşmek suretiyle adların verilmiş hikâyeleri derlenmiştir. Böylelikle elde edilen veriler -İş yeri adlarının farklı sosyal katmanların bulunduğu şehirlerin cadde ve sokakları, dilin en dinamik olduğu mekânlar olması ve buraların zengininden fakirine, köylüsünden şehirlisine her özellikte bireyin iletişiminin söz konusu olduğu yerler olması hasebiyle dil ve dil-kültür incelemeleri için (Karademir, 2004: 1577) son derece önemli malzemeler olduğunu bir kez daha vurgulamak gerekir.- kategorisel içerik analizi (Şahbaz ve Sakar, 2017: 476) ile yorumlanmıştır. Ayrıca veriler toplanırken çoğunlukla yerli halktan -kültür deşifre çalışması olduğu için- bilgiler derlenmiştir. Yorumlama esnasında iş yeri adlarının sözcük anlamından uzak, benzetme kurularak metaforik şekilde oluşturulmuş olanları ve iş yeri sahibinin geçmiş yaşantısındaki bir hikâyeye bağlı verilmiş olanları ayrıca açıklanmıştır. Sözlük anlamı ile örtüşen ve herhangi bir hikâyeye dayanmayan iş yeri adları ile

ilgili herhangi bir açıklama yapılmamıştır. Saha olarak Kilis'in tercih edilmesinin birkaç önemli sebebi bulunmaktadır:

Araplar tarafından Kiliz, VIII. yüzyılda Müslümanlığın kabulüyle bölgeye gelen Türkmenler tarafından "Kiris" olarak adlandırılan bu kentin ne zamandan beri var olduğu ve yerleşme yeri olarak ne zaman kurulduğu kesin olarak bilinmemektedir (Kesici, 1995:247). Kent, coğrafi olarak pek çok yolun kavşak noktasında olmasına, doğasına ve verimli topraklarına bağlı olarak tarih boyunca güçlü devletlerin dikkatini çekmiştir. Aynı zamanda bu kent, Anadolu ve Suriye arasında geçiş sağlayan sınır bölgesinde olmasından dolayı hem toprak yönetimi ve ticaret hem de kültürel bakımdan ilginç motiflerle bezenmiş mozaik bir dokuya sahiptir. Kilis; Türk, Kürt, Arap soylarının yüzyıllardır bir arada yaşadığı önemli bir Ortadoğu coğrafyasıdır (Cumhuriyetin 75. Yılında Kilis, 1998: 81).

Neticede kentle ilgili yapılacak her çalışma, araştırma bu renkli dokunun deşifre edilmesi ve anlaşılması için son derece önemlidir.

Bulgular

1. Ada, Soyadına veya Lakaba Bağlı İş Yeri Adları

İş yeri adlarıyla ilgili bugüne kadar yapılan pek çok çalışmanın verilerine göre ada dayanan iş yeri adları arasında yaygın olan tercih, soyadlarıdır. Geleneksel yaşam tarzının devam ettiği bilhassa insanların birbirini tanıdığı küçük ölçekli yerleşim birimlerinde samimi ilişkilere ve güvene dayalı bir yaşam şekli hâkim olduğu için rekabet ortamı da oluşmamıştır. İnsanlar, ticari faaliyetlerini gerçekleştirirken işletmenin tabelasındaki soyadından buranın kime ait olduğunu bilir ve tereddütsüz alış-verişini yapar. Dolayısıyla işletme sahibinin ilginç adlar tercih ederek müşterinin dikkatini çekmesine ihtiyaç duyulmaz.

Boyras'ın Sivas'ta iş yeri adlarındaki çalışmasında ve Arvas'ın Van ile ilgili benzer çalışmasında olduğu gibi, Kilis'te de hem nüfus yoğunluğu hem de coğrafi olarak küçük illerden biri olmasına ve aynı zamanda geleneksel yüzünü de sıkı sıkıya korumasına bağlı olarak iş yerleri adlandırılırken sıklıkla soyadlarından faydalanılmıştır. Tabii bu çalışmanın sahasına bağlı olarak sadece yerli halkın işletmelerinden ve bilgilerinden veriler oluşturulmuştur. Bilindiği üzere Kilis halkı, yaklaşık sekiz yıldır, Suriye'deki savaş neticesinde kendi nüfusundan daha kalabalık bir mülteci nüfusuyla bir arada yaşamaktadır. Buna bağlı olarak bu iki kültürün her konuda birbirini etkilemesi durumu, pek çok işletmenin tabelasında Arapça ile melezleştirilmiş (Yaman ve Ekmekçi, 2016) Türkçe kullanımı örneğinde somut bir şekilde görülmektedir.

Bu çalışma esnasında dikkat çeken diğer önemli bir nokta ise işletmeler adlandırılırken soyadından ve işletme sahibinin kendi adından sonra en çok kız evladın adının tercih edilmesidir. Aslında Kilis, genel olarak ataerkil bir yaşam tarzı olan, geleneksel ve dinî pratiklerin sahnede olduğu bir ildir. Bu bakımdan kadın, gündelik yaşamda ya da herhangi bir konuyla ilgili karar noktasında sahne gerisinde bir yere oturtulmuş konumdadır; ki il ile ilgili tarafımızca yürütülen "Kilis'te Ad Verme" geleneği ile ilgili henüz tamamlanmamış çalışmamızın verilerinde de adlandırma noktasında annenin ve annenin yakın akrabalarının karar ve tercihlerine çok nadir yer verilmiştir; yeni doğan çocuk, çoğunlukla baba ve babanın yakın çevresi tarafından adlandırılmıştır. Aynı zamanda sahada veri toplarken kadınların kız çocuk dünyaya getirdiklerinde maruz kaldıkları pek çok olumsuz yaklaşım ve tutum hikâyeleri de derlenmiştir. Dolayısıyla ilde, bu anlamda revaçta olanın erkek çocuk olmasına karşın tabelalarda erkek evlattan ziyade kız evladın adının tercih edilmesi garip bir çelişki içermektedir. Belki de toplumsal normların baskıladığı durum ve tercihler, bireylerin aileden bağımsız, biraz daha özgür oldukları dış dünyada somut bir şekilde ifade ortamı yakalamaktadır.

1.1. İş yeri sahibinin kendi adının iş yerine ad olması

Abbas Demir Doğrama, Aliş Berber Salonu, Atalay Mimarlık, Burak Yorgancılık, Coşkun Elektronik, Foto Reşit, Fulya Pastanesi, Gönül Bayan Kuaförü, Güçlü Sigorta, Gülnaz Emlak, Hatice Bayan Kuaförü, Kader Eczanesi, Kerem Erkek Kuaförü, Kıvanç Kundura, Kuyucu Asım, Lale Eczanesi, Lokman Pide-Lahmacun Fırını, Mahir Erkek Kuaförü, Melek Eczanesi, Mert Taksi, Mesut Kuruyemiş, Murat Erkek Kuaförü, Nesli Bayan Kuaförü, Paşa Pide-Lahmacun Fırını, Paşa Sürücü Kursu, Polat Sürücü Kursu, Remzi Döner Salonu, Sabit Mobilya, Servet Erkek Berberi, Sevilay Bayan Kuaförü, Sezgin Kundura, Şahin Kırtasiye, Tekin Kundura, Yasemin Bayan Kuaförü, Yaşar Berber Salonu, Yaşar Eczanesi, Yaşar Ekmek Fabrikası, Yılmaz Baklava, Yılmaz Eczanesi, Yılmaz Reklam Tabela, Zaki Bilgisayar.

1.2. İş yeri sahibinin eşinin adının iş yerine ad olması

Asuman Berber Salonu, Asuman Çiçek Evi, Canan Gıda, Eylem Kundura, Hilal Pastanesi, Işıl Market, İncim Yorgan, Meral Tatlıcısı, Rüya Elektrik, Sevda Pastanesi, Sevgi Çiçek Evi, Sevim Pastanesi.

1.3. İş yeri sahibinin kızının adının iş yerine ad olması

Başak Sigorta, Bengisu Giyim, Didem Pide-Lahmacun Fırını, Dilek Giyim, Ecem Çiçek Evi, Ezgi Mobilya, Filiz Pastanesi, Foto Damla, Gizem Fırını, Işıl Reklam, Kevser Pide-Lahmacun Fırını, Kübra Çiçekçilik, Neşe Berber Salonu, Nuray Elektrik, Özlem Erkek Kuaförü, Pınar Lokantası, Seda Elektronik, Sena Gıda, Sena Kırtasiye, Sılam Eczanesi, Şeyma Giyim, Tuba Berber Salonu, Tuba Pastanesi, Ufuk Düğün Salonu.

1.4. İş yeri sahibinin oğlunun adının iş yerine ad olması

Berat Berber Salonu, Berat Giyim, Burak Pastanesi, Cem Taksi, Hakan Konfeksiyon, Lokman Züccaciye, Nedim Market, Osmanbey Pasajı, Ziberkan Gıda.

1.5. İş yeri sahibinin babasının adının iş yerine ad olması

Aliler Baklava.

1.6. İş yeri sahibinin soyadının iş yerine ad olması

Acem Çay Ocağı, Akay Kundura, Akay Tabela, Aktürk Lokantası, Altuntaç Bakkaliyesi, Anteplioğlu Züccaciye, Arslan İnşaat, Aşir Bakırcılık, Ateşmen Züccaciye, Atik Elektronik, Atik Züccaciye, Aykanat Plaza, Aytaç Konfeksiyon, Badem Manav, Başçılar Market, Baysal Emlak, Baysal İnşaat, Bekan Pasajı, Bekan Pastanesi, Bekler Bakkaliyesi, Bereket Gıda, Beyoğlu Mobilya, Bircan Gıda, Büroğlu Konfeksiyon, Büroğlu Pasajı, Boybeyi Emlak, Bozkaya İnşaat, Bozkurt Erkek Kuaförü, Can Emlak, Canarlan Pide-Lahmacun Fırını, Candemir Çelikkapı, Canözer Eczanesi, Canözer Parfümeri, Ceylan Pastanesi, Civan Kebap Salonu, Çakmak Bakkaliye, Çakmak Yorgan, Çalışkan Market, Çamuryapan Pide-Lahmacun Fırını, Çavuş Kahvesi, Çelebi Mobilya, Çetin Mobilya, Çıkımoğlu Pide-Lahmacun Fırını, Çıtırır Kuruyemiş, Çolakoğlu Eczanesi, Dağaçıkan Market, Dağbekleyen Market, Derin Gıda, Develi Pide-Lahmacun Fırını, Diyarbakırlı Konfeksiyon, Diyarbakırlı Möble, Doruk İnşaat, Eken Manav, Ekmekçi Pide Fırını, Elmalı Bakkaliyesi, Eren Demir, Eren Market, Erentürk Pasajı, Ergezen Eczanesi, Esenel Çay Ocağı, Fazlıağaoğlu Pasajı, Foto Emre, Foto Öcal, Foto Sağlam, Gezgin Market, Gilgil Market, Gözalan Yorgancılık, Günay Ekmek Fabrikası, Gürbüz Pasajı, Gürses Yorgan, Gürtekin İnşaat, Güven Market, Güven Pasajı, Güzel Kundura, Hacıarap Market, Hacıömeroğlu Düğün Salonu, Halle Market, Handemir Ticaret, Hilal Pide Fırını, Işık Elektronik, İkizler Market, Karabaş Pide-Lahmacun Fırını, Karadeniz Taksi, Kastel Pide-Lahmacun Fırını, Kayhan Market, Kınacı Kozmetik, Korkmaz Eczanesi, Korkmaz Sigorta, Koşar İnşaat, Koyuncuoğlu Pasajı, Köseoğlu Market, Kuntman Elektrik, Kurt Pide-Lahmacun

Fırını, Kuş Taksi, Kuvvet Elektronik, Leblebici Şekerleme, Mercan Market, Mercan Züccaciye, Mercimek Gıda, Mısırlı Terzihanesi, Moda Terzihanesi, Muhaciroğlu Sigorta, Muhtaroğlu Eczanesi, Nenemoğlu Çay Evi, Neşeli Taksi, Nizamoğlu Ekmek Fırını, Osmanoğlu Sigorta, Özbezek Sigorta, Özkaptan Eczanesi, Özkar Bakkaliye, Özler Bayan Kuaförü, Özyer İnşaat, Özyüksek Emlak, Par Emlak, Parlak Gıda, Payam Şekerleme Kuruyemiş, Polat Düğün Salonu, Polat Eczanesi, Polat Giyim, Polat Market, Saçlı Kırtasiye, Sağlam Kırtasiye, Sağlam Ticaret, Sakar Pide-Lahmacun Fırını, Samancı Bakkaliye, Sarıkaya Pasajı, Savaşçioğlu Mimarlık, Saygılı Ekmek Pide Fırını, Selimata Eczanesi, Sertkaya Pasajı, Sesliokuyucu Kuruyemiş, Sevecen Mobilya, Sever Demir Doğrama, Sever Elektronik, Sever Sürücü Kursu, Sevinç Berberi, Sezer Pastanesi, Sınay Market, Sipahi Eczanesi, Soğuk Demir, Sunar Eczanesi, Şekeroğlu Şekerleme, Şenay Sürücü Kursu, Şıkoğlu Kundura Ayakkabı, Şıkoğlu Terzihanesi, Şiltelioğlu Eczanesi, Taşdelen İnşaat, Taşdemir Demir Ticaret, Tayşi GSM, Tiryaki Gıda, Tolu Bakkaliyesi, Topçuoğlu Market, Tudoğlu Eczanesi, Tutoğlu Konfeksiyon, Türkay Elektronik, Türkler Eczanesi, Uğurlu Berber Salonu, Ulaş Gıda, Urballı Giyim, Urfalıoğlu Elektronik, Uyaran Bilişim, Uyaran İletişim, Ünler Eczanesi, Vatan Pastanesi, Yakut Kelle Paça, Yalçinkaya Eczanesi, Yaprak Manav, Yenici Pide-Lahmacun Fırını, Yılbaşı Erkek Kuaförü, Yıldız Market, Yıldız Terzihanesi, Yılmaz Market, Yolcu Turizm, Yükselen Gıda, Zahteroğlu Döner Salonu, Zaptıyeoğlu Market, Zenbilören Manav, Zeytçioğlu Market, Zümrüt Pide Fırını.

1.7. İki adın hecelerinin birleştirilmesiyle oluşan iş yeri adları

Altuğ Bilgisayar: İki ortağın eşlerinin adları olan Alev ve Tuğba'nın ses ve heceleri birleştirilerek oluşturulan Altuğ, iş yerine ad olarak verilmiştir.

1.8. Eşler arasındaki sevgi sözlerinin iş yerine ad olması

Tatlım Pastanesi, Hayat Pastanesi, Gülüm Pastanesi, Gülüm Taksi.

1.9. İş yeri sahibinin lakabının iş yerine ad olması

Lambacı Elektrikçi, Beyoğlu Kırtasiye, Somuncubaba Pide Ekmek Fırını.

2. Zevklere Bağlı İş Yeri Adları

Zevklere bağlı işletme adlarında genel eğilimin sevilen çiçek ya da bitkilerin adlarının kullanımı olduğu görülmektedir. Bitki-çiçek adları, edebî metinlerde olduğu kadar gündelik yaşamda da sıklıkla kullanılmaktadır. İnsanlar; sevgilerini, acılarını, heyecanlarını, hayranlıklarını hep bir bitki, hayvan adı ile ilişkilendirip ifade etmişlerdir (Öztürk, 2005: 201). Ayvazoğlu'na göre bitki, kuş, böcek, renk adları, dilin saklı hazinelerine giden yoldur; o yoldan yürüyerek yöre halkının tabiatla ilişkisi, dünya görüşü, hayatı algılayış-yorumlayışı, gündelik yaşam pratikleriyle ilgili çıkarımlarda bulunulabilir (2001: 62). Kilis işletme adlarında, sevilen çiçeklerden "*akasya, mimoza, nergis*" gibi zarıflığı ve güzelliği ile ön planda olan çiçeklerin tercih edilmesinden yola çıkarak Kilis insanının estetik zevk ve beğenisi olduğu söylenebilir. Ayrıca sevilen hayvan adlarından "*atmaca, aslan*"ın tercih edilmesi, Türk onomastiğinde özellikle olumlu ve güçlü özellikleri ile öne çıkan hayvan kültü ile izah edilebilir (Caferoğlu, 1953). Kartal, doğan, atmaca gibi yırtıcı kuşlarla, aslan, geyik gibi vahşi hayvanlar Türk mitolojisinde önemli bir yere sahiptir. Kırgız Türkleri arasında doğandan, Yakut Türkleri arasında ise kartaldan türediklerine dair bir inanış mevcutken İslami dönemde de yırtıcı kuşlarla ilgili pek çok menkıbe bulunmaktadır (Karadoğan, 2003: 113).

Akasya Çiçekçilik, Aslan Market, Atmaca Pide Fırını, Börteçine Berber Salonu: İş yeri sahibinin tarihsel adlara olan sevgisine bağlı verilmiş bir addır, Dergâh Unlu Mamulleri, Elidor Parfümeri, Ferdi Berber Salonu: İş yeri sahibinin Ferdi Tayfur'a olan sevgisine bağlı verilmiş bir addır, Feza Elektronik, Huzur Pide Fırını, Kıbrıs Market, Mimoza Bilişim Bilgisayar, Mimoza Erkek Kuaförü, Nergis Çiçekçilik, Nergis Pide-Lahmacun Fırını, Nöbetçi Eczanesi: İş

yeri sahibinin gece nöbetlerini sevmesine bağlı verilmiş bir addır, Paris Berber Salonu, Paris Otel, Romeos Kafe: İş yeri sahibinin operayı sevmesine bağlı verilmiş bir addır, Sıkmaç Pide-Lahmacun Fırını, Şafak Kasap ve Kebap.

3. Çevredeki Kurum-Kuruluş veya Nesnelere Bağlı İş Yeri Adları

500 Evler Eczanesi, 7 Aralık Sürücü Kursu, Abide Eczanesi, Akcurun Simit, Akpınar Turizm, Bayramyeri Pide-Lahmacun Fırını, Belediye Çay Ocağı, Belediye Pasajı, Beşevler Eczanesi, Beşevler Gıda, Beşevler Taksi, Bursa Kebap Salonu, Cebel Dağ Market, Çarşı Kebap Salonu, Çayır Gıda, Çınar Çayocağı, Çınar Eczanesi, Çınar Pide-Lahmacun Fırını, Çiftlik Taksi, Durak Pastanesi, Emniyet Market, Emniyet Taksi, Eren Taksi, Esentepe Pide-Lahmacun Fırını, Evim Pastanesi, Fidanlık Taksi, Gıda 79, Harmanyeri Pide Fırını, Hastane Eczanesi, Hastane Taksi, Hüyük Market, Kampüs Eczanesi, Kampüs Kırtasiye, Kampüs Market, Kampüs Taksi, Karagöz Kuaför Salonu, Karataş Eczanesi, Karataş Kahvesi, Karataş Market, Kışla Pide-Lahmacun Fırını, Konak Bakkaliyesi, Köşem Gıda, Merkez Eczanesi, Merkez Kafe, Merkez Sürücü Kursu, Meydan Eczanesi, Okul Kırtasiye, Okul Market, Ortafırın Pide Fırını, Otogar Gıda, Otogar Kuaför Salonu, Otogar Lokantası, Otogar Taksi, Park Taksi, Pazar Eczanesi, Postane Market, Rüzgârlı Ekmek Fırını, Sabah Pazarı Pide-Lahmacun Fırını, Semt Eczanesi, Semt Market, Site Market, Söğütlüdere Çaybahçesi, Statyum Market, Stadyum Taksi, Stat Pide-Lahmacun Fırını, Şelale Kafe, Şurahbil Bakkal, Toki Market, Ugrak Bakkaliyesi: İş yerinin konumu itibarıyla merkezde olmasına bağlı verilen bir addır, Uğrak Kuruyemiş, Üniversite Eczanesi, Üniversite Kırtasiye, Üniversite Market, Üniversite Taksi.

4. İş Yeri Sahibinin Duygusal Durumunun İş Yerine Ad Olması

Bilindiği üzere işletme sahibi, alternatifin bol olduğu günümüz rekabet ortamında ürününü pazarlarken hedef kitlesi olan müşterileriyle, işletme tabelası aracılığıyla, karakteriyle ve işiyle ilgili olumlu kodlar oluşturarak iletişim kurar. Yani kitle iletişimi rolü üstlenen tabela adlarında, müşterinin zihninde daha işletmeye girmeden zihninde işletme ve işletmeciyile ilgili üstünlük belirten bir algı oluşması için güler yüzlü, zeki, titiz olunduğu gibi birtakım olumlu özelliklerin vurgulandığı ifade biçimleri tercih edilir. Aşağıda sıralanan iş yeri adlarında bu durum, somut bir şekilde görülmektedir:

Ak Sigorta, Akıllı Elektronik, Asil Ekmek Fırını, Aşkın Kundura: İş yeri sahibinin herkes tarafından sevilen bir esnaf olmasına bağlı verilen bir addır, Azim Gıda, Bilinç Sigorta, Çağrı Pastanesi: İş yeri sahibinin davetkâr olmasına bağlı verilen bir addır, Çizgi Kırtasiye, Denetim Sürücü Kursu, Deneyim Sürücü Kursu, Dürüst Bakkaliye, Dürüst Emlak, Dürüst Gıda Market, Edison Elektrik: İş yeri sahibinin icatçı biri olmasına bağlı verilen bir addır, Ehil Emlak, Engin Pastanesi, Erdem Erkek Kuaförü, Feza Gıda, Foto Erdem, Gurur İnşaat, Gülyüz Erkek Kuaförü, Güven Demir Doğrama, Güven İnşaat, Güven Kırtasiye, Güven Sürücü Kursu, Güven Ticaret, Hijyen Gıda, İtibar Emlak, İtimat Sigorta, İtina Güneş Enerji Sistemleri, Kibar Berber Salonu, Kibar Manav, Kral Bakkal, Kural Emlak, Kural Sürücü Kursu, Moda Erkek Kuaförü, Modern Market, Nizam Elektronik, Nizamiş Tesisat, Onur İnşaat, Onur Sigorta, Önem Sürücü Kursu, Özeniş Pide Ekmek Fırını, Prestij Emlak, Proje Mimarlık: İş yeri sahibinin hızlı proje üreten, zeki birisi olmasına bağlı verilen bir addır, Sadık Elektronik, Saygın Emlak, Saygın Pastanesi, Sebat Elektrik, Sebat Giyim, Sebat Manav, Sistem Tesisat, Sohbetçi Berber Salonu, Sosyal Sigorta, Şen Kasap Kebap, Şımarık Market, Taş Emlak, Temiziş Demir Doğrama: Dürüst hizmeti ifade etmek için verilen bir addır, Titiz Çayocağı, Titiz Konfeksiyon, Titiz Market, Titiz Parfümeri, Uzman Sürücü Kursu, Zeki Elektronik, Zengin Market.

5. İş Yeri Sahibinin Fiziksel Durumunun İş Yerine Ad Olması

Ağzıergisi Kuruyemiş: İş yeri sahibinin dedesinin ağzının eğri olmasına bağlı verilen bir addır, Bıyıklı Kebap Salonu, Civelek Gıda: Kilis'te ufak tefek insanların civelek olarak

adlandırılması ve iş yeri sahibinin de ufak tefek birisi olmasına bağlı verilen bir addır, Keloğlu Ekmek Fırını, Prens Market, Sakar Bakkaliye, Solak Gıda.

6. İnanç İfadelerinin İş Yerine Ad Olması

Dervişoğlu Kebap Salonu, Hacıbey Döner Kebap Salonu, Helal Kasap Kebap, Hoca Market, İnanç Market, Kanaat Bakkaliye, Kanaat Çayocağı, Kanaat Terzihanesi, Kandil Simit Sarayı, Kutsal Ekmek Fırını, Mizan Bakkaliye, Nimet Pide Fırını, Nur Simit Açma, Rahmet Tesisat, Sabır Market, Sabır Tabela, Sebat Eczanesi, Sebil Manav.

7. Sıla Özleminin İş Yerine Ad Olması

Antakyalı Şekerleme, Elbeyli Sürücü Kursu, Halepli Telefoncu, Hisar Tabela, Karbeyaz Çiçek, Keyfizli Kahvesi, Kozan Berber Salonu, Mercidabık Sürücü Kursu, Musabeyli Baklava, Ova Market, Öncüpınar Market.

8. Satılan Ürünün Markasının İş Yerine Ad Olması

İşletme tabelalarında görülen marka adları, kitlesel iletişim araçlarının zihnimize dayatarak bireysel eğilimleri, düşünce ve tercihleri baskıladığı günümüzde kısa film kadar etkili ve başarılı reklam ve tanıtımlarla yaygınlaşan bir tercih durumudur (Demircan, 2001: 4). Bu türden işletmeler, daha çok alış-verişte marka önceliği olan bireyler üzerinde etki yaratmayı hedeflemektedir (Boyras, 2003: 15). Kilis'te marka adına dayalı işletmeler, sayısı fazla olmamakla birlikte aşağıdaki gibidir:

Artema Tesisat, Bimsel İletişim, Ericson Ayfon Telefon, Faber Kırtasiye, Filiz Çayhanesi, Gezer Kundura, Göksu Tesisat, İstikbal Mobilya, LG İletişim, Merinos Yüncü, Mondi Mobilya, Neskafé Kafe, Nokia Bayi, Örenbayan Nako Yünleri, Paşabahçe Züccaciye, Peraje Berber Salonu: İş yeri sahibinin kullandığı kolonya markasına bağlı verilen bir addır, Pınar Market, Teknosa Bayi, Telsim İletişim, Türk Telekom Avea İletişim, Türksel Telefon.

9. Niyet ve Dilek İfadelerinin İş Yerine Ad Olması

Çare Eczanesi, Çiçek Eczanesi: İş yeri sahibinin tüm hastaların eczanesindeki ilaçları kullandıktan sonra çiçek gibi olması dileğine bağlı verilen bir addır, Dilek Eczanesi, Dilek Emlak, Dilek Market, Dilek Pastanesi, Dost Elektrik: İş yeri sahibinin müşterileriyle alış-verişten sonra dost olmayı dilemesine bağlı verilen bir addır, Esin Eczanesi: İş yeri sahibinin “esenlik, sağlık, huzur” dileklerine bağlı verilen bir addır, Foto Dilek, Nazar Çiçek Evi, Nazar İnternet Kafe, Sağlık Eczanesi, Sıhhat Eczanesi, Sonuç Eczanesi, Umut Gıda.

10. Ortaklık İfadelerinin İş Yerine Ad Olması

İkizler İnşaat, Kardeşler Baklava, Kardeşler Demir, Kardeşler Konfeksiyon, Kızanlar Gıda, Şen Kardeşler Ekmek Fabrikası.

11. Kısaltmayla Oluşan İfadelerin İş Yerine Ad Olması

Aspava Berber Salonu: “Allah sağlık, para versin, âmin.”, Demçim İnşaat: Demir ve çimento kelimelerindeki bazı seslerin birleştirilmesine bağlı verilen bir addır, HMC İnşaat: İş yeri sahibinin “ Hacı Mustafa Celkanlı” olan ad ve soyadının baş harflerinin birleştirilmesine bağlı oluşan bir addır, KİFADO: “Kilisli Babam Fadıl” sözcüklerinin bazı hece ve seslerinin birleştirilmesine bağlı verilen bir addır, Telsan Demir, Temizsan Kozmetik.

12. Dikkat Çekme Düşüncesiyle Farklı Bir Sözcüğün İş Yerine Ad Olması

Giybeni Kundura, Karden Çiçekçilik, Karmen Çiçekçilik, Klinik Eczanesi, Maarif Kırtasiye, Manolya Çiçekevi, Marş Marş Kundura, Olea Düğün Salonu, Shop Sigorta, Yılbaşı Çiçek Evi.

13. TV'ye Bağlı İfade ve Durumların İş Yerine Ad Olması

Ayşecik Açık Düğün Salonu, Ayşecik Çay Bahçesi, Dallas Kundura, Maviay Lokantası: İş yeri sahibinin TV dizi adından etkilenmesine bağlı verilen bir addır, Polyanna Kundura: İş yeri sahibinin çocukken izlediği bir diziden etkilenmesine bağlı verilen bir addır, Şirinler Pastanesi, Şölen Et Lokantası: İş yeri sahibinin “Tarkan” filmlerindeki şölenlerden etkilenmesine bağlı verilen bir addır.

14. Millî Duygulara Bağlı İfadelerin İş Yerine Ad Olması

Asena Kundura, Bala Konfeksiyon, Bayrak Market, Osmanlı Eczanesi, Osmanlı Simit Sarayı, Osmanlı Taş Fırın Ekmek, Vatan Taksi, Yerel Sigorta, Yurt Taksi.

15. Hatıralara Bağlı İfadelerin İş Yerine Ad Olması

Barış Kundura: İş yeri sahibinin Kıbrıs Barış Harekâtı'na katılması anısına bağlı verilen bir addır, Barış Pastanesi: İş yeri sahibinin Kıbrıs Barış Harekâtı'na katılması anısına bağlı verilen bir addır, Başkan Market: İş yeri sahibinin ilkökulda sınıf başkanı olması anısına bağlı verilen bir addır, Cicim Pastanesi: İş yeri sahibinin oğlunun ilk sözünün “cicci” olmasına bağlı verilen bir addır, Çerci Market: İş yeri sahibinin gençken uzun yıllar çerçilik yapmasına bağlı verilen bir addır, Doğuş Market: İş yeri sahibinin ilk çocuğunun doğduğu zamana ithafen verilen bir addır, Gazi Market: İş yeri sahibinin Kıbrıs Savaşı'nda gazi olmasına bağlı verilen bir addır, Gökkuşluğu Pide Fırını: İş yeri sahibinin çocukken havada gökkuşluğu oluşumunu çok sevmesine bağlı verilen bir addır, İstanbul Börek Simit: İş yeri sahibinin gençliğinde uzun yıllar İstanbul'da çalışması anısına bağlı verilen bir addır, İstanbul Otel: İş yeri sahibinin görmeyen gözlerinin İstanbul'daki ameliyattan sonra görmeye başlaması anısına bağlı verilen bir addır, Kadıköy Eczanesi: İş yeri sahibinin gençken İstanbul-Kadıköy'de oturmasına bağlı verilen bir addır, Kalfa İnşaat: İş yeri sahibinin gençken kalfa olduğu yerin bugün sahibi olması anısına bağlı verilen bir addır, Kantin Market: İş yeri sahibinin askerlik anılarına bağlı verilen bir addır, Kent Sinema Düğün Salonu: İşletme sahibinin küçükken çok sevdiği bir sakızın markasına bağlı verilen bir addır, Kırıkmağas Kuaför: İş yeri sahibinin çirakken makası düşürüp kırması anısına bağlı verilen bir addır, Semaver Çayocağı: İş yeri sahibinin çocukken dedesinin semaverini çok sevmesine bağlı verilen bir addır, Tura Turizm: İşletme sahibinin çocukken “yazı-tura” oyununu çok sevmesine bağlı verilen bir addır.

16. İş Yeri Sahibinin Mesleğinin İş Yerine Ad Olması

Duvar İnşaat: İş yeri sahibinin duvar ustası olmasına bağlı verilen bir addır, Foto Ressam, Mimar Emlak, Mimar Tabela, Öğretmen Kırtasiye.

17. Siyasi Fikre Bağlı İfadelerin İş Yerine Ad Olması

Arı Emlak: İş yeri sahibinin “Anavatan” partili olmasına bağlı verilen bir addır, Asena Kundura, Bozkurt Erkek Kuaförü, Hilal Emlak: İş yeri sahibinin MHP'li olmasına bağlı verilen bir addır, Ocak Pastanesi: İş yeri sahibinin ülkücü ve ocak başkanı olmasına bağlı verilen bir addır.

18. Mahallî İfade ve Durumların İş Yerine Ad Olması

İş yeri adlarında kullanılan dilin kültür taşıyıcılığı rolü bağlamında yaygın kullanım alanı yöresel ifade ve durumlara dayalı olarak adlandırılan işletmelerdir. Bu tür ifadeler, yöreye özgü tarih, coğrafya, geçim kaynağı gibi alanlardan tercih edilebildiği gibi gündelik yaşamda kullanılan herhangi bir aracın yöreye özgü söyleyişi şeklinde de olabilmektedir. Sayısı fazla olan bu tercihler, Kilis'te kullanılan Türkçenin karakteristiği ve ilin kültürel pratikleriyle ilgili ipuçları barındırması bakımından da son derece elzem göstergelerdir.

Söz gelimi Kilis ile ilgili hiç bilgi sahibi olunmasa dahi aşağıdaki yöresel ifade ve durumlardan yörede zeytin yetiştiriciliğinin yapıldığını, manav ve manavdaki sebze yahut meyvelerin yerel ifade biçimlerinin renkliliğine bağlı sebze-meyve yetiştiriciliğinin olduğunu, yerli halkın kaçak çay içmekten hoşlandığını, meslek dalı olarak tenekecilik yaygın olduğunu söylemek mümkündür.

Aşağıda yöreye özgü bazı kelimelerin anlamlarıyla ilgili yapılan tanımlamalar, bizzat iş yeri sahiplerinden derlenmiştir:

Abit Kuruyemiş: Abit, yer fıstığıdır, Akcurun Hamamı: Curun, içinde su biriken taş oluk demektir, Arasa Çarşısı: Arasa; her türlü tahıl, baklagiller gibi gıdaların satıldığı çarşıdır, Arkalıkürsü Çayevi: Arkalıkürsü, yaslanma yeri bulunan bir tür sandalyedir, Bahteniz Manav: Bahteniz, maydanoz demektir, Bizir Manav: Bizir, meyve ve sebzelerin içindeki tohumlara verilen addır, Çükündür Manav: Çükündür, şekerpancarı demektir, Dereçli Kahve: Dereç, bir tür merdivendir, Dülger Mobilya: Dülger, mobilyacı demektir, Endaze Teneke: Endaze, her çeşit alete verilen addır, Felhan Manav: Felhan, kırmızı toprak demektir, Fennus Teneke: Fennus, tenekeden yapılan gaz lambasına verilen addır, Harezeci: Hareze, su kuyularının kovasına verilen addır, Hedikçi Kuruyemiş: Hedik, kaynatılıp pişirilerek tüketilen buğdayın adıdır, Hızver Çayevi: Hızver, kömür tozu demektir, bu toz ile demlenen çay güzel olur, Horanta Çayevi: Horanta, kalabalık ailedir, Hudar Manav: Hudar, sebze demektir, İbrikçi Teneke: İbrik, abdest alırken suyun konulduğu bir tür büyük sürahidir, Kaçak Çayocağı: Kilis halkı, kaçak çay içmeyi sevmektedir, Kaddüs Tenekeci: Kaddüs, su kovasıdır, Katremiz Züccaciye: Katremiz, cam kavanoza verilen addır, Kenne Züccaciye: Kenne, su konulan sürahidir, Kımış Kımış Kuruyemiş: Kilis'te "kuruyemişi kımış kımış yemek" şeklinde bir ifade mevcuttur, Kongurak Tenekeci: Kongurak, hayvanlara takılan çingırağa verilen addır, Köten Demir: Toprağı sürmeye yarayan araç, saban demektir, Kudamacı Kuruyemiş: Kudama, leblebinin Kilis'teki adıdır, Kuşhane Bakır Teneke: Kuşhane, evlerde yemekten kalan ekmeği muhafaza etmek için kullanılan, tencereye benzeyen, genellikle plastik, kapaklı bir kutudur, Küllük Çayocağı: Küllük, kömür ocağıdır, Libas Giyim: Libas, giyecek demektir, Mostura Züccaciye: Mostura, süs demektir, Maşrapa Çayevi: Maşrapa, seyyar çay sürahisidir, Mor Salkım Baklava: Mor salkım, horoz karası da denilen Kilis'in siyah üzümünün diğer adıdır, Nacar Mobilya: Nacar, marangoz demektir, Pürçüklü Manav: Pürçüklü, havuç demektir, Sallama Çayevi: Sallama, huni biçimli çay tepsisidir, Semsek Pide Fırını: Semsek, Kilis'e özgü kıyma ve pirinçle yapılan bir tür pidedir, Seybana Çayocağı: Seybana, piknik demektir, Sini Hırdavat: Sini, büyük tepsidir, Sundurma Teneke: Sundurma; ev, dükkân gibi yapıları yağmurdan korumak amaçlı yapılan oluğa benzer bir çıkıntıdır, Şapşakçı Tenekeci: Şapşak, özellikle banyo yaparken kullanılan plastik ya da metal su tasıdır, Şilte Konfeksiyon: Şilte, giyecek demektir, Tazar Mobilya: Tazar, gömme dolap demektir, Teşt Teneke: Teşt, plastik ya da metal, büyük leğendir, Tuduya Teneke: Tuduya, teneke demektir, Zeytin Eczanesi: Kilis'te yaygın bir şekilde zeytin yetiştiriciliği yapılmaktadır, Zeytindalı Gazetesi.

19. Müşteri Kitlesinin İş Yerine Ad Olması

Aile Bakkaliyesi, Aile Konfeksiyon, Akşamcı Kuruyemiş, Anonim Gıda, Aşer Manav, Avam Lokantası, Baybayan Giyim, Buluş Pastanesi: Daha çok sevgililerin ve nişanlıların mekânı olması sebebiyle verilen bir addır, Damat Giyim, Dede Çayocağı, Dostlar Çayocağı, Dostlar Kundura, Dostlar Pide-Lahmacun Fırını, Emekliler Çaybahçesi, Eskidostlar Berber Salonu, Eşdost Taksi, Filinta Parfümeri: İş yerinin erkek bakım ürünleri satmasına bağlı verilen bir addır, Gelin Kozmetik, Gelinlik Konfeksiyon, Gençler Giyim, Gençler Kafe, Gençler Kundura, Giyenbayan Giyim, Halk Eczanesi, Halk Market, Hanımca Kozmetik, İzdivaç Mobilya, Kervan Döner Salonu, Köylü Bakkaliyesi, Kurum Eczanesi, Marif Çarşısı, Memur

Çaybahçesi, Mütahit Tesisat, Özbay Giyim, Patik Kundura, Sosyete Kundura, Süpernine Örgü Yüncüsü, Yaren Kafe.

20. İş Yerinin Görünüşünü Tanımlayan İfadelerin İş Yerine Ad Olması

Ahşap Kahve Evi, Antika Çaybahçesi, Asmalı Kahve, Bebek Taksi: Taksilerde bebek koltuğu bulunmasına bağlı verilen bir addır, Büfeşen Kuruyemiş: İş yerinin küçük ancak işlek olmasına bağlı verilen bir addır, Büyük Pasaj, Çaycı Market: İş yerinde müşterilere çay ikramında bulunmak maksadıyla semaver bulunmasına bağlı verilen bir addır, Çiçek Market, Çiçek Taksi: İş yerinde de taksilerde de çiçek bulunmasına bağlı verilen bir addır, Divan Lokantası: Lokantada sandalye yerine divanların bulunmasına bağlı verilen bir addır, Ferah Gıda, Feza Market, Güzel Elektrik: İş yerinde her şeyin yerli yerinde, uyum içinde olmasına bağlı verilen bir addır, Güzel Züccaciye, Hangar Market, Hasbahçe Çiçek: İş yerinde harika bir bahçenin bulunmasına bağlı verilen bir addır, Havuzlubahçe Çayocağı, Kanarya Market: İş yerinin pek çok kanaryayla dolu olmasına bağlı verilen bir addır, Klas Dügün Salonu, Küçükçarşı, Maarif Kahve, Köşem Kıraathanesi: İş yerinde kitap köşesinin, kitaplığın bulunmasına bağlı verilen bir addır, Mahzen Çayevi, Mesire Çaybahçesi, Nadide Çayocağı, Ocakateşi Pide-Lahmacun Fırını, Oyuncak Market: İş yerinde çocukların eğlenmeleri için oyuncakların bulunduğu bir köşenin bulunmasına bağlı verilen bir addır, Petek Çiçek: İş yerinin petek gibi güzel ve muntazam olmasına bağlı verilen bir addır, Portatif Çayocağı, Sahra Mobilya: İş yerinin sahra gibi geniş olmasına bağlı verilen bir addır, Sedef Market, Sergi Market, Sığınak Bakkaliye, Sulugöz Çayocağı: İş yerinin bir köşesinde, bir tarafından su, bir tarafından çay akan iki ağızlı, büyük bir demlik bulunmasına bağlı verilen bir addır, Şelale Market: İş yerinde küçük, yapay bir şelalenin bulunmasına bağlı verilen bir addır, Taşfırın Somun Ekmek, Zümrüt Çiçekçilik.

21. Sunulan Hizmetin Niteliğinin İş Yerine Ad Olması

İş yeri adlarında, kişi ad-soyadı ile adlandırmadan sonra sıklıkla başvurulan diğer bir önemli kaynak ise işletmede sunulan hizmetin niteliği, türü hakkında ipuçları veren adlardır. Görünüşte estetik ve bağımsız birer yapı gibi görünen işletme adlarının bir araya getirilip sistemli bir şekilde tasniflendiğinde ait olduğu kültür ve bireylerle ilgili pek kıymetli mesajlar içeren kültürel kodlar olduğu apaçık görülecektir. Misal aşağıda sıralanmış iş yeri adları deşifre edildiğinde Kilis halkının geçim kaynağı ile ilgili kıymetli bilgilere ulaşılabilir:

Ahşap Mobilya, Antika Mobilya, Antika Züccaciye, Aracı Emlak, Arajman Çiçekçilik, Avrupa Pasajı, Bellur Züccaciye, Beyrut Pasajı, Bilim Kırtasiye, Binbirçeşit Kundura, Binbirçeşit Market, Birşah Pastanesi, Birtat Baklava, Birtat Pastanesi, Bostan Tatlı Salonu: İş yerinde tatlılarda üzüm pekmezi şerbeti kullanılmasına bağlı verilen bir addır, Buket Çiçek, Canlı Çiçekevi, Cennet Çiçekevi, Cezve Kahve Evi, Cins Giyim: İş yerinde farklı her zevke uygun ürünler satılmasına bağlı verilen bir addır, Çeker Tesisat, Çelenk Çiçekçilik, Çeşit Gıda, Çeyiz Mobilya, Çeyiz Yorgan, Çeyiz Züccaciye, Çiçek Yorgancılık, Çin Pasajı, Demet Çiçekçilik, Derisan Kundura, Dersane Kitapevi, Derya Konfeksiyon, Desen Giyim, Desen Kundura, Desen Reklam, Dijital Reklam, Dilek Parfümeri, Doğa Ekmek Pide, Dövme Demir, Dügün Çiçekçilik, Dügün Kahvecisi, Dünya Kitapevi, Düşler Mobilya, Ebat Teneke: İş yerinde her ebatta teneke gereç yapılmasına bağlı verilen bir addır, Egzotik Kozmetik, Eğitim Sürücü Kursu, Ehliyet Sürücü Kursu, Elişi Örgü Yünleri, Elit Bayan Kuaförü, Emek Yorgan, Eskici Ayakkabı, Eskigünler Pastanesi: İş yerinde geçmişe ait her çeşit tatlının bulunmasına bağlı verilen bir addır, Et-Balık Lokantası, Favori Berber Salonu, Foto Albüm, Foto Fon, Foto Hürrüyet, Foto Şipşak, Galeri Çiçekçilik, Galeri Ekmek Fırını, Galeri Mimarlık, Gelinci Taksi, Göral Kozmetik, Göral Kundura, Gözde Eczanesi: İş yerinin itinalı ve kurallı çalışmasına bağlı verilen bir addır, Gurup Mobilya: İş yerinde ürün satışlarının takım halinde olmasına bağlı verilen bir addır, Güvenal Mobilya, Halhal Tenekeci, Hane İnşaat, Havadis Gazetesi, Hazır

Market, Hediye Çiçekçilik, Hırdavat Teneke, Hizmet Gıda, İcat Kundura, İcat Yorgancılık, İç Dış Tesisat, İkrâm Ayakkabı, İkrâm Kundura, İkrâm Turizm, İlaç Eczanesi, İmaj Kuaför, İmar Emlak, İndirim Sigorta, İskelet Demir, İstanbul Konfeksiyon, Kabartı Tenekeci: İş yerinde tüm teneke ev eşyaları şeklinin yapılmasına bağlı verilen bir addır, Kanepa Möble, Karışık Kuruyemiş, Kartvizit Reklam, Kazan Teneke, Kent Konfeksiyon, Kıbrıs Çarşısı, Kışlak Manav, Kiler Market, Kiralar Emlak, Kiremit Züccaciye, Klas Elektronik: İş yerinde klasik, antika aletlerin tamir ve bakımının yapılmasına bağlı verilen bir addır, Klas Erkek Kuaförü, Kontrol Elektrik, Köşem Mobilya, Köyceğiz Gıda, Kristal Züccaciye, Kumbara Teneke, Kural Dijital, Kuru Çiçek, Labirent Mimarlık, Lokmacı Tatlı Salonu, Makyaj Kozmetik, Mangal Et Sofrası, Mangal Teneke, Marka GSM, Menengiç Kahve Evi, Merasim Çiçek, Mırza Kahve Evi, Moda Giyim, Moda Mobilya, Moda Parfümeri, Moda Reklam, Modern Kırtasiye, Modern Mimarlık, Modern Züccaciye, Mola Market, Mola Pastanesi, Muslukçu Tesisat, Mutfak Züccaciye, Müzik Kırtasiye, Nalçacı Kundura, Nizam Emlak, Nostalji Erkek Kuaförü, Oduncular Pazarı Çarşısı, Ofis Mobilya, Ödev Kırtasiye, Özeniş Konfeksiyon, Özgün Giyim: İş yerinde gündelik yaşamda giyilebilecek ürünler satılmasına bağlı verilen bir addır, Özgür Erkek Berberi, Özgür Giyim, Özköy Turizm, Paket Manav: İş yerinde satılan tüm ürünlerin ambalajlı olmasına bağlı verilen bir addır, Paşa Çay Bahçesi: İş yerinde “paşa çayı” denilen açık çay demlenmesine bağlı verilen bir addır, Pervazoluk Tenekeci, Portatif Mobilya, Prim Sigorta, Radikal Market, Renk Çarşısı: İş yerinde her renk mutfak malzemesi bulunmasına bağlı verilen bir addır, Renk Telefon, Saklı Bahçe Çiçek Sarayı: İş yerinde her tür çiçeğin satılmasına bağlı verilen bir addır, Saksı Çiçekevi, Sanayi Çarşısı, Sarar Yün: İş yerinde vücudu saran eldiven, kazak, bere vb. üretilmesine bağlı verilen bir addır, Seç Al Bakkaliye, Seçal Çiçekevi, Seçal Kundura, Seçal Mobilya, Sera Manav, Sesli Reklam, Seval Yorgancılık, Sevgi Market, Sevil Berber Salonu: Müşterilerin seveceği, beğeneceği tarza uygun hizmet sunulmasına bağlı verilen bir addır, Seyyar Tabela, Simokin Giyim: İş yerinde daha çok yabancı kaynaklı ürünler satılmasına bağlı verilen bir addır, Sital Kuaför, Sondaj Tesisat, Spor Giyim, Stil Tabela, Stok Market, Şekil Berber Salonu, Şölen Çiçekçilik: İş yerinin daha çok düğünlere çelenk yapmasına bağlı verilen bir addır, Tadım Kuruyemiş, Takım Züccaciye, Taksit Mobilya, Talep Gıda, Tarım Sigorta, Tarzım Erkek Kuaförü, Tat Bakkaliyesi, Tavacı Teneke, Teknik Bilgisayar, Terlikçi Kundura, Test Telefon, Triko Örgü Yünleri, Turnuva Kafe, Türlü Market, Ucuzcu Züccaciye, Ulusal Basın, Uyar Emlak, Uyum Berber Salonu, Yakışır Kundura: İş yerinde, müşteriye yakışmayan ayakkabının satılmamasına bağlı verilen bir addır, Yapar Elektronik, Yapar Teneke, Yemeni Kundura, Yenici Market, Yerel Basın, Yerel Gıda, Yörem Pastanesi: İş yerinde yöreye özgü, güzel tatlı ve künefelerin satılmasına bağlı verilen bir addır, Yöresel Market, Yuvam İnşaat, Yuvam Mobilya, Zahir Bakkaliye, Zevk Konfeksiyon.

22. Satılan Ürünün veya Sunulan Hizmetin Kalitesini Vurgulayan İfadelerin İş Yerine Ad Olması

İş yeri adlarında sunulan hizmetin niteliği, türü ile ilgili adlarda olduğu gibi benzetme ve çağrışımlarla zihinde tasarım oluşturacak hizmet kalitesi ve ürün kalitesini betimleyen kodlara da sıklıkla başvurulmuştur:

Afiyakalı Kundura, Akıtır Tesisat, Albeni Kundura, Altınış Örgü Yün, Asil Giyim, Atlas Ekmek-Lahmacun Fırını, Atlas Yorgan, Ayakbastı Kundura, Baktaal Kundura: İş yerindeki ayakkabıların çok şık ve güzel olmasına bağlı verilen bir addır, Başak Manav, Başak Unlu Mamulleri, Beğenal Konfeksiyon, Berak Elektronik, Besler Gıda, Beyoğlu Giyim, Biyonik İletişim, Buram Kozmetik: İş yerinde satılan parfümlerin taze bahar çiçekleri gibi kokmasına bağlı verilen bir addır, Buram Manav: İş yerinde satılan ürünlerin buram buram kokmasına, tazecik olmasına bağlı verilen bir addır, Çatlak Kuruyemiş, Çıtır Simit, Çiçek Manav, Çiçek Parfümeri, Çiftikiş Giyim, Dakik Taksi, Değişim Reklam, Derman Eczanesi,

Deva Eczanesi, Elit Giyim, Elit Şekerleme, Emek Pide-Lahmacun Fırını, Emin Taksi, Emniyet Sürücü Kursu, Enerji Baklava, Enerji Market, Filiz Çiçekçilik, Final Dersanesi, Foto Nur, Foto Rüya, Garanti Elektronik, Garanti Sigorta, Gizem Giyim, Gizem Tabela, Gonca Çiçek, Gökay Avize, Gösteriş Mobilya, Gözalan Kozmetik, Gözalan Mobilya, Gözde Bayan Kuaförü, Gözde Çiçek: İş yerindeki çiçeklerin göz alıcı ve harika olmasına bağlı verilen bir addır, Gözde Mobilya, Güler yüz Tesisat, Güneş Elektronik, Güneş Erkek Kuaförü, Güneş Reklam, Güven Camcılık, Güven Eczanesi, Güven Sigorta, Güven Taksi, Harika Giyim, Harika Pastanesi, Harika Terzihanesi, Hazır Demir, Huzur Kır Düğün Salonu, Huzur Sürücü Kursu, Huzur Taksi, Huzur Turizm, Isısu Tesisat, Işıl Züccaciye, Işıldak Elektrik, İlgi Reklam, İmren Çayocağı, İmren Gıda, İmren Kebapçısı, İmren Kuruyemiş, İmren Manav, İmren Unlu Mamulleri, İpek Yorgancılık, İşler Alemnium, İşler Bakır, İşler Elektronik, İtibar Giyim, İtimat Eczanesi, Kale İnşaat, Kalıp Kunduracılık, Kalite Güneş Enerji Sistemleri, Kalite Mobilya, Kelebek Mobilya: İş yerinde satılan ürünlerin şık ve zarif olmasına bağlı verilen bir addır, Kitabe Tabela, Klas Kundura, Kokarca Çiçekçilik, Konfor Mobilya, Konfor Taksi, Köpüklü Kahve Evi, Kral Giyim, Kral Kundura, Kural Taksi, Küfeci Manav, Kültür Manav, Leziz Kebap Salonu, Leziz Kuruyemiş, Lezzet Döner Salonu, Lider Elektronik, Marka Ayakkabıcılık, Mis Ekmek Fabrikası, Modern Gıda, Motif Mobilya, Motif Tabela, Muhteşem Mobilya, Nadide Kundura, Nezh Kuruyemiş, Nur Elektrik, Nur GSM, Öğretir Sürücü Kursu, Ömür Çiçekçilik: İş yerinde satılan çiçeklerin dayanıklı, uzun ömürlü olmasına bağlı verilen bir addır, Övünç Tesisat, Özdem Çayocağı, Özen Demir, Özen Kundura, Özen Terzihanesi, Özgıda Market, Özış Demircilik, Özkaynak Demir, Özkesim Terzihanesi, Özzincir Demir, Parlak Kalaycı, Parlak Kundura, Parlak Züccaciye, Paşa Çiçek, Paşa Kundura, Patent İletişim, Petek Emlak: Satılan evlerin güzel ve muhteşem olmasına bağlı verilen bir addır, Pınar Tesisat, Pirestij Giyim, Pişkin Ekmek Fırını, Prens Kozmetik, Safir Züccaciye, Sağlam Güneş Enerjileri, Sarar Giyim, Sarar Yorgan, Saray Mobilya, Seçkin Baklava, Seçkin Kozmetik, Seçkin Kundura, Sedef Yorgancılık, Sıcakçı Ekmek Pide Fırını, Sıcakçı Kuruyemiş, Sırma Giyim, Simge Telefon, Sistem Reklam, Sistem Sigorta, Sosyetik Giyim, Star Reklam, Sultan Çarşısı, Sultan Mobilya, Süper Manav, Süsler Giyim, Süsler Kozmetik, Şaşal Market, Şehaser Möble, Şekil Tabela, Şık Konfeksiyon, Şifa Eczanesi, Teleks Elektronik: İş yerinde yapılan işlerin mükemmel ve garantili olmasına bağlı verilen bir addır, Teminat Sigorta, Tescil Sürücü Kursu, Turfanda Bakkaliesi, Turfanda Manav, Ucuzluk Giyim, Uydu GSM, Uygun Kundura, Uzman Elektrik, Ürün Bakkaliye: İş yerinde her çeşit yeni mahsul gıda ürünü bulunmasına bağlı verilen bir addır, Üstat Elektronik, Üstün Kadayıf, Vakar Giyim, Vitamin Market, Yakamoz Yorgan, Yıldız Kundura, Yıldız Mobilya, Yürütür Ayakkabı, Zerafet Örgü, Zirve Telefon, Zümrüt Kundura.

23. Herhangi Bir Düşüncenin İfadesinin İş Yerine Ad Olması

Açılım Bilgisayar: İş yerinin yeniliklere açık olmasına bağlı verilen bir addır, Aday Sürücü Kursu, Akarsu Tesisat, Alotaksi, Altınmakas Berber Salonu, Alver Emlak, Alver Market, Alyans Sigorta: Müşteriyle iş yerinin yüzükle parmak gibi olduğu düşüncesine bağlı bir addır, Anı Eczanesi, Anlam Kırtasiye, Atak GSM: İş yerinin cep telefonlarında sürekli indirim yapmasına bağlı verilen bir addır, Azkar Demir: İş yeri sahibinin satışta kanaatkâr olmasına bağlı verilen bir addır, Bahçe Manav, Bakım Parfümeri: Her insanın parfüm kullanarak bakımlı olması düşüncesine bağlı verilen bir addır, Bakış Bayan Kuaförü, Bakış Çiçek: Çiçeğe bakmanın sevap olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Bakış Tatlı Salonu: Tatlılara bir bakanın bir daha bakmasına bağlı verilen bir addır, Barış Emlak: Alıcı ve satıcının mutlaka uzlaştırılacağı düşüncesine bağlı verilen bir addır, Barış Konfeksiyon, Başarı Elektronik: Müşterinin memnun olmasının, iş yeri sahibinin başarılı olduğunu göstermesine bağlı verilen bir addır, Başarı Market, Başarı Mobilya: Kalitenin olduğu yerde başarının olacağı düşüncesine bağlı verilen bir addır, Battık Market: Marketteki ürünlerin az karla satılmasına

bağlı verilen bir addır, Bayan Market, Beğenal Çiçekevi, Beğenal Kundura: İş yerinin “beğenmezsen alma” prensibine bağlı verilen bir addır, Beğendi Erkek Kuaförü, Beğendi Yorganları, Beğenir Mobilya, Beğendi Mobilya, Beğenör Yünleri, Berrak Tesisat, Bezenir Çiçek, Bezer Züccaciye, Biçim Demir Doğrama, Biçim Mobilya: Müşterinin mutlaka beğeneceği bir ürün olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Biçim Terzihanesi: Biçimin şekil, tarz olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Birikim Bilişim: İş yeri sahibinin tüm birikimini iş yerine bağlamasına bağlı verilen bir addır, Birlik Gıda, Bizim Market: Marketin iş yeri sahibi tarafından fazlasıyla sahiplenilmesine bağlı verilen bir addır, Buluş Bilgisayar: Sunulan hizmetle müşterilerin sorunlarının biteceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Buse Çiçek: İlişkilerin çiçekle başlayıp buseyle biteceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Cennet Mobilya, Çağrı Eczanesi, Çalım Kundura, Çayırağası Turizm, Çelenk Mobilya, Çizgi Market: İş yeri sahibinin kendine market ile hayat çizmesine bağlı verilen bir addır, Damak Döner, Değişim Kozmetik, Deha İletişim, Dekor Mobilya, Desen Mobilya, Devir Elektrik, Devran Kundura, Devran Pastanesi, Dilek Çiçekevi: En güzel dileklerin çiçekle iletileceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Donat Züccaciye, Doyuran Kebab, Döşer Mobilya, Durak Taksi, Egemen Bilişim, Eğitim Kırtasiye: Eğitime hizmetin kutsal olması düşüncesine bağlı verilen bir addır, Eğlence Kuruyemiş, Ekler Tesisat, Ekmek Teknesi Somun, Enerji Tesisat: Güneşten gelen enerjinin bolluk olmasına bağlı verilen bir addır, Fatih Kırtasiye: Okuyanın Fatih Sultan olacağı düşüncesine bağlı verilen bir addır, Fidan Bakkaliye: İş yeri sahibinin sermayeyi yeni düzeltmesi düşüncesine bağlı verilen bir addır, Fiyonk Kundura: Ayakkabıların ipini sadece iş yeri sahibinin bağlayabileceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Foto Anı, Foto Aşkın, Foto Hatıra, Foto Renk: İş yerinin ildeki ilk renkli fotoğrafçı olmasına bağlı verilen bir addır, Foto Seç, Foto Sevinç, Foto Taç, Gaye Berber Salonu, Gelincik Çiçekevi: Dağ çiçeklerinin en güzeli olmasına bağlı verilen bir addır, Gelkeyfim Kuruyemiş, Giydiren Kundura, Giysene Kundura, Gökkuşluğu Kırtasiye, Görüm Mobilya: Kalitenin de mobilyanın da meydana geldiği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Görünüm Demir Doğrama, Gurur Taksi, Gülüm Çiçekçilik, Gümbür Market: Gümbür gümbür ses getiren fiyatların bu markette olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Güven Berber Salonu: Müşterinin öncelikli olarak güven duyması gerektiği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Güzellik Parfümeri, Hanımağa Taksi, Hanımeli Çiçekçilik: Bayan olarak iş yeri sahibi olmanın ayrıcalıklı olmasına bağlı verilen bir addır, Harika Çiçekçilik: En güzel hediyein çiçek olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Hasret İletişim, Havadar Terzihanesi, Hayal Kafe, Hayal Market, Hayal Mobilya, Hayat Market: “Mal canın yongasıdır.” düşüncesine bağlı verilen bir addır, Hayat Pastanesi, Hayat Sigorta, Hediye Yorgan, Helebirgel Kuaför, Hizmet Lokantası, Hizmet Reklam, Hizmet Taksi, Hobi Parfümeri, Hurdacı Tenekeci: Günümüzde tenekeçilerin hurdacı olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Hususi Taksi: Her yeniliğe açık olunmasına bağlı verilen bir addır, Huzur İnşaat, Huzur Market, Huzur Mobilya, Işık Sigorta, Işıl Elektrik, İkaz Sigorta, İkram Çiçekevi, İlgi Çiçekçilik, İlim Kırtasiye: İlmin okumakla ve yazmakla mümkün olacağı düşüncesine bağlı verilen bir addır, İşler Taksi, İyilik Taksi, İzdivaç Pastanesi: İş yerinde çok yuvanın kurulmasına bağlı verilen bir addır, Kaptan Sürücü Kursu, Kardelen Çiçekevi: Yaz kış her türlü çiçeğin bulunmasına bağlı verilen bir addır, Kavuşturan Emlak, Kent Gazetesi, Kıvanç Çiçek, Kızılay Eczanesi, Konfor Terzihanesi: Konforun süs olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Kural Elektronik, Kültür Tabela: İş yeri sahibinin kültürlü, üniversite mezunu olmasına bağlı verilen bir addır, Mekân Mobilya, Mekân Taksi, Melek Taksi: Müşterilerin rahatlıktan hafifleyip kendilerini melek gibi hissetmesine bağlı verilen bir addır, Menzil Gıda, Merak Züccaciye, Minyatürpark Sürücü Kursu, Mola Çaybahçesi: Yoğun iş hayatında bir çay içimlik molanın önemli olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Mutluluk Mobilya: Satılan mobilyalarla evlere mutluluk katılacağı düşüncesine bağlı verilen bir addır, Nazar Pide-Lahmacun Fırını, Nazar Taksi, Neşe Çayocağı, Nimet Bakkaliye, Nursu Tesisat, Onur Çiçekçilik, Onur Çiçekevi, Onur Kuaför, Onur Pastanesi, Onur Taksi, Orijinal Berber Salonu: Doğallığın orijinallik

olduğuna inanılmasına bağlı verilen bir addır, Orkide Çiçekçilik, Ortak Sigorta, Öğretir Kitapevi, Öncü Bilgisayar: Kalitede öncü olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Özbakım Bayan Kuaförü, Özel Taksi, Özen Giyim: İnsanın giyimine özen göstermesi gerektiği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Özgür Turizm, Özlem Çiçekevi, Özlem Taksi, Paşam Sigorta: Paşalar gibi hizmet görüleceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Perişan Tenekeci: Modern hayatla birlikte mesleğin değersizleşmesi düşüncesine bağlı verilen bir addır, Petek Pastanesi, Prenses Mobilya, Renk Elektrik, Renk Tabela, Renk Taksi: Ulaşımın renkli, eğlenceli geçeceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Rota Sürücü Kursu, Rüya Taksi: Ulaşımın rüya gibi geçeceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Sabah Eczanesi, Sabır Eczanesi, Sabır Elektronik, Salkım Manav, Sayar Market, Sayar Taksi, Seç Lokantası, Seç Taksi: İnsanların seçici olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Sefa Banyosu, Sefa Enerji: Evde 24 saat sıcak su ile müşterinin sefa süreceği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Seher Market, Selam Çiçekçilik, Selam Pasajı, Sepet Manav, Sev Turizm, Seval Kundura: Ayakkabının severek, beğenerek alınması gerektiği düşüncesine bağlı verilen bir addır, Sevda Güzellik Salonu, Sever Giyim: İş yeri sahibinin işini sevmesine bağlı verilen bir addır, Sevgi Kebap, Sevgi Mobilya, Sima Market, Sinyal GSM, Sinyal Sürücü Kursu: Trafikte sinyalin önemine bağlı verilen bir addır, Sistem Bilgisayar, Sizin Market, Sohbet Çayevi: En güzel sohbet ve dostlukların bu iş yerinde olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Solmaz Çiçekçilik: İş yeri sahibinin çiçekleri soldurmamaya özen göstermesine bağlı verilen bir addır, Star Çiçekçilik: Çiçekçilikte bir numara olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Star Eczanesi: İş yeri sahibinin bayan olarak işinde yıldız olmasına bağlı verilen bir addır, Star Elektronik, Sultan Gıda, Sunar Çiçekçilik, Süsler Çiçekçilik, Şanlı Tesisat, Şekil Demircilik, Şen Gıda Market, Şık Kozmetik, Şoför Sürücü Kursu, Şok Market, Şölen Şekerleme Kuruyemiş, Talep İnşaat, Tarz Giyim: Yakışanı giymenin tarz olduğu düşüncesine bağlı verilen bir addır, Taş Emlak, Teknik GSM, Telve Kahve, Ten Kozmetik, Tercih Turizm, Tesfiye Demir, Tıkıntı Kebap Ciğer, Tiryaki Çayevi, Trafik Sürücü Kursu: Her şeyin trafiğe uygun olmasına bağlı verilen bir addır, Tutku Kuruyemiş: Tutkunun zevk vermesine, insanı iştahlandırmasına bağlı verilen bir addır, Tutku Pastanesi, Uğur Dersanesi, Uğur Pastanesi, Ulaşım Sürücü Kursu, Ümit Berber, Varış Turizm, Yakışıklı Giyim, Yakıştır Giyim, Yapar Emlak, Yapar İnşaat, Yapyap Televizyon, Yaren Baklava, Yaren Kuruyemiş, Yaşam Mobilya, Yaşam Sigorta, Yayın Reklam: Müşterilerin iş yerini överek namını yayması düşüncesine bağlı verilen bir addır, Yıldız Pasajı, Yuvam İnşaat, Yuvam Mobilya, Zafer Bakkalı, Zarif Çiçekçilik, Zinet Yorgancılık.

24. Kullanılan Herhangi Bir Aletin İş Yerine Ad Olması

Elektrot Demir, Foto Mercek, Spiral Demir.

Sonuç

“Etkileyici bir tabela adı, en iyi reklamdır.” sloganına uygun bir şekilde rekabet ortamının çok zorlu olduğu günümüz koşullarında, işletme sahipleri -ticari kaygıyla- kimi zaman Türkçe ya da Türkçe-yabancı bir dil beraber kimi zaman da tamamen yabancı bir dilden dikkat çekecek ve daha fazla müşteriye işletmeye yönlendirecek tarzda adlar tercih etmektedirler. Bu durumun işletme adlarının kökeninde, şeklinde belirleyici faktör olmasının yanında kültürel anlamda ve Türkçenin karakteristiği bakımından da millet kimliğini zedelemeyecek birtakım ölçütleri taşıyor olması gerekmektedir.

Araştırma verilene göre Kilis iş yeri adları, genel bir çerçevede değerlendirildiğinde -İş yeri adlarında Türkçenin kullanımı göz ardı edilirse ki bu müstakil, başka bir çalışma konusudur.- yöre halkının yaşayışıyla, zevkiyle, gündelik yaşam pratikleri ve geçim kaynağıyla alakalı pek çok ipucuna ulaşılmıştır. Yöredeki işletmeciler, ad tercihlerinde bulunurken öncelikle soyadlarından ve sunulan hizmetin niteliğini ve kalitesini belirten ifadelerden

faydalanmışlardır. Daha sonraki tercihler ise kişisel boyutlu olup çok çeşitli sebeplere dayanmaktadır. Yine iş yeri adları ile derlenen verilmiş sebepleri, ağırlıklı olarak örtüşmekle birlikte aktarılan içerikle uymayan iş yeri adları da bulunmaktadır. Ayrıca bazı iş yeri adlarında kullanılan sözcüklerin yanlış yazıldığı örneklerle de rastlanmıştır. Bu iki mevzuyla ilgili örnekler ekler bölümündeki tablolarda gösterilmiştir (Tablo 2 ve Tablo 3). Örneğin bir işletme adında, işletme sahibi Zeki olan adını, Zaki olarak değiştirip dikkat çekme amaçlı iş yerine vermiştir. Adı Kozmetika olan başka bir işletmede ise satılan ürünlerin A kalitede olduğunu ifade etmek maksatlı böyle bir ad seçildiği kaydedilmiştir.

Yapılan çalışmayla dil ve dil-kültür ilişkisi açısından büyük önem arz eden iş yeri adları mevzusunda, farkındalık oluşturmak hedeflenmiştir. Sadece Kilis ili için ele alınan konunun başka illerde de değişik boyutlarıyla irdelenmesi umulmaktadır.

Kaynakça

- Akalın, Ş. H. (2001). Adana'nın şalgamı nasıl 'shalgam' oldu? *Türk Dili*, 590, 145-147.
- Alkaya, E. (2001). Türklerde ad verme geleneği ve kişi adları. *Türk Kültürü*, 39,442-447.
- Alkibay, S. (1996). Mağazalarda yabancı işletme adı kullanımına yönelik bir araştırma. *Türk Dili*,538, .415-423.
- Armağan, B. (2001). Türkçeye giren yabancı sözcükler ve otel adları, *Türk Dili*, 596, 144-154.
- Arslan, A. ve Diyapoğlu, E. (2018). Ağrı ili Cumhuriyet Caddesi'ndeki iş yeri isimlerinin dil-kültür ilişkisi bağlamında değerlendirilmesi. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 7(3), 2039-2058.
- Arvas, A. (2011). İş yeri isimleri üzerine bir araştırma: Van örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 23, 1-8.
- Aydın, Y. (2016). Yabancı dil olarak Türkçe öğretiminde argonun yeri üzerine bir tartışma. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(2), 308-326.
- Ayvazoğlu, B. (2001). Çiçek ve renk adlarına dair. *Türk Yurdu*, 162-163(21), s.62-65.
- Balcı, T. (2013). Almanya'da kültürel öğeler içeren levha metinleri, *Turkish Studies*, 8(12), 121-131. doi: 10.7827/TurkishStudies.5448.
- Boyraz, Ş. (2003). İletişim açısından Sivas'ta ticari işletme adları. *Milli Folklor*, 60, 141-160.
- Caferoğlu, A. (1953). Türk onomastiğinde ad kültürü. *Türkiyat Mecmuası*. 10, 201-212.
- Cumhuriyetin 75. yılında Kilis*. (1998). Kilis: Kilis Valiliği.
- Demircan, Ö. (2001). "İş yeri adları"nda yabancılaşıma. *XIV. Dilbilim Kurultayı Bildirileri*, Ç. Ü. Basımevi, Adana, 4-12.
- Gaddar, Z. (2014). Ödemiş'in iş yeri adları üzerine bir inceleme. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(1), 319-332.
- Kandemir, E. (2004). *Denizli'deki iş yeri adları üzerine bir inceleme*. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Denizli.
- Karademir, F. (2004). Diyarbakır'daki mağaza ve iş yeri adları üzerine. *V. Uluslararası Türk Dili Kurultayı Bildirileri*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Karadoğan, A. (2003). Türk şahıs adlarında hayvan kültürü. *Milli Folklor*, 15(57), 109-116.

- Kaya, S. (2008). Sivas'ta iş yeri adlandırmaları ile ilgili bazı tespitler. *Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumunda Sunulan Sözlü Bildiri*, Kırşehir.
- Kesici, Ö. (1995). Kilis'in şehir coğrafyası özelliklerine genel bir bakış. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 1(1), s.246-280.
- Küçük, S. ve Saraç S. (2008). İş yeri adlarındaki batı kaynaklı kelimeler ve Ordu ili örneği. *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 38, 137-155.
- Mert, K. ve Türkmen, M. (2014). Türkçe biz sana ne yaptık böyle? İş yeri isimleri yabancılaşıyor: Türkiye'nin kültürel değişim yolculuğu. *12. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildirileri*, 599-607.
- Öztürk Dağabakan, F. (2006). Türk ve Alman toplumlarında adlar ve sahipleri. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 27-31.
- Öztürk, F. (2005). Kutadgu Bilig'de bitki adları. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 5(1), 201-208.
- Özyıldırım, I. (2001). İş yeri levhaları: işlevsel bir yaklaşım. *Dil Dergisi*. 103, 10-19.
- Sakaoğlu, S. (2003). Cumhuriyet'ten günümüze Konya'da iş yeri adları. *Türk Dili*, 622,410-420.
- Şahbaz, N. K. ve Sakar, C. (2017). Suriyeli mültecilerle değişen iş yeri tabelalarının dilsel kullanımlar açısından incelenmesi: Mezitli İlçesi Örneği. *Ana Dili Eğitimi Dergisi*, 5(3), 472-484.
- Şenel, M. (2013). *Elazığ ili yer adları üzerine bir inceleme*. Elazığ: Manas Yayınları.
- Şenel, M. (2017). Gençliğin adıyla imtihanı. *Uluslararası Türk Lehçe Araştırmaları Dergisi*. 1(1), 72-84.
- Şişman, R. Ş. (2018). İş yeri adlandırma eğilimleri Muş merkez modeli. *Turkish Studies*, 13(28), 887-917. doi: 10.7827/TurkishStudies.14275.
- Türkçe Sözlük*, (2005). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Uysal, B. (2012). Alevi inanç sisteminde adlar ve dil-kimlik ilişkisi. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi*, 62, 237-248.
- Üstünova, M. ve Kerime, A. H.; Çetinoğlu Berberoğlu, G.; Akgün, N.; Akkök, M. (2009). İş yeri adlarında eksilteli ve ters yapıların kullanımı. *Dil Araştırmaları*, 4, 57-66.
- Üstünova, M.; Aydın, H.; Çetinoğlu Berberoğlu, G.; Üstünova, K.; Akkök, M.; Akgün, N. (2010). İş yeri adlarında Türkçenin kullanımı. *Turkish Studies*, 5(1), 1390-1419. doi: 10.7827/TurkishStudies.1169.
- Yaman, İ. ve Ekmekçi, E. (2016). Türkçenin İngilizce yoluyla melezleşmesi: Samsun'daki iş yeri ve mekân adları örneği. *Karadeniz Araştırmaları*, 50, 217-229.
- Yazım Kılavuzu*. (2005). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Ekler

Tablo 1: İş Yeri Adı Anlam Kategorileri

İş Yeri Adı Anlam Kategorisi	Veri Sayısı	%
Ada, Soyadına veya Lakaba Bağlı İş Yeri Adları	273	20,7

<i>İş Yeri Sahibinin Kendi Adının İş Yerine Ad Olması</i>	41	15
<i>İş Yeri Sahibinin Eşinin Adının İş Yerine Ad Olması</i>	12	4,3
<i>İş Yeri Sahibinin Kızının İş Yerine Ad Olması</i>	24	8,7
<i>İş Yeri Sahibinin Oğlunun Adının İş Yerine Ad Olması</i>	9	3,2
<i>İş Yeri Sahibinin Babasının Adının İş Yerine Ad Olması</i>	1	0,3
<i>İş Yeri Sahibinin Soyadının İş Yerine Ad Olması</i>	178	65,2
<i>İki Adın Hecelerinin Birleştirilmesiyle Oluşan İş Yeri Adları</i>	1	0,3
<i>Eşler Arasındaki Sevgi Sözlerinin İş Yerine Ad Olması</i>	4	1,4
<i>İş Yeri Sahibinin Lakabının İş Yerine Ad Olması</i>	3	1
Zevklere Bağlı İş Yeri Adları	18	1,36
Çevredeki Kurum Kuruluş veya Nesnelere Bağlı İş Yeri Adları	71	5,4
İş Yeri Sahibinin Duygusal Durumunun İş Yerine Ad Olması	64	4,8
İş Yeri Sahibinin Fiziksel Durumunun İş Yerine Ad Olması	6	0,4
İnanç İfadelerinin İş Yerine Ad Olması	20	1,5
Sıla Özleminin İş Yerine Ad Olması	11	0,8
Satılan Ürünün Markasının İş Yerine Ad Olması	22	1,6
Niyet ve Dilek İfadelerinin İş Yerine Ad Olması	15	1,1
Ortaklık İfadelerinin İş Yerine Ad Olması	6	0,4
Kısaltmayla Oluşan İfadelerin İş Yerine Ad Olması	7	0,5
Dikkat Çekme Düşüncesiyle Farklı Bir Sözcüğün İş Yerine Ad Olması	8	0,6
TV Bağlı İfade ve Durumların İş Yerine Ad Olması	7	0,5
Millî Duygulara Bağlı İfadelerin İş Yerine Ad Olması	9	0,6
Hatıralara Bağlı İfadelerin İş Yerine Ad Olması	20	1,5
İş Yeri Sahibinin Mesleğinin İş Yerine Ad Olması	5	0,3
Siyasi Fikre Bağlı İfadelerin İş Yerine Ad Olması	2	0,1
Mahallî İfade ve Durumların İş Yerine Ad Olması	45	3,4
Müşteri Kitlesinin İş Yerine Ad Olması	37	2,8
İş Yerinin Görünüşünü Tanımlayan İfadelerin İş Yerine Ad Olması	35	2,6
Sunulan Hizmetin Niteliğinin İş Yerine Ad Olması	200	15,2

Satılan Ürünün veya Sunulan Hizmetin Kalitesini Vurgulayan İfadelerin İş Yerine Ad Olması	190	14,4
Herhangi Bir Düşüncenin İfadesinin İş Yerine Ad Olması	255	19,4
Kullanılan Herhangi Bir Aletin İş Yerine Ad Olması	3	0,2
Toplam	1314	100

Tablo 2: Yapısında Yanlış Yazılan Sözcük Bulanan İş Yeri Adları

İşletme Adında Yanlış Yazılan Sözcükler	Sözcüklerin Doğru Yazılışı (Yazım Kılavuzu, 2005)
Afiyakalı Kundura	Fiyakalı Kundura
Ağziergi Kuruyemiş	Ağzieğri Kuruyemiş
Arajman Çiçekçilik	Aranjman Çiçekçilik
Azkar Demir	Azkâr Demir
Bellur Züccaciye	Billur Züccaciye
Berak Elektronik	Berrak Elektronik
Bimsel İletişim	Bimcell İletişim
Çerci Market	Çerçi Market
Ericson Ayfon Telefon	Ericsson, Iphone Telefon
Foto Hürriyet	Foto Hürriyet
Gurup Mobilya	Grup Mobilya
Hüyük Market	Höyük Market
Marif Çarşısı	Maarif Çarşısı
Mütahit Tesisat	Müteahhit Tesisat
Pirestij Giyim	Prestij Giyim
Statyum Market	Stadyum Market
Simokin Giyim	Smokin Giyim
Sitil Kuaför	Stil Kuaför
Şehaser Möble	Şaheser Möble
Tesfiye Demir	Tesviye Demir
Türksel Telefon	Turkcell Telefon
Ugrak Bakkaliye	Uğrak Bakkaliye

Zarafet Örgü Yünleri	Zarafet Örgü Yünleri
Zinet Yorgan	Ziynet Yorgan

Tablo 3: Veriliş Sebebiyle Sözlük Anlamı Örtüşmeyen Adlardan Oluşan İş Yeri Adları

İşletme Adı	Sözcüğün Türkçe Sözlükteki Anlamı (Türkçe Sözlük, 2005)	İşletme Sahibinin İfade Ettiği Anlam
Bostan Tatlı Salonu	Bostan: 1. Bahçe. 2. Kavun, karpuz tarlası.	“Tatlılarımda hakiki üzüm pekmezi kullanırım.”
Cins Giyim	Cins: 1. Tür, çeşit. 2. Aralarında ortak özellikler bulunan varlıklar topluluğu.	“Her zevke, her bütçeye uygun kıyafet.”
Deha İletişim	Deha: İnsan zekâsının, insan kişiliğinin erişebileceği en yüksek düzey, dâhilik.	“Her marka telefon bulunur.”
Dürüst Market	Dürüst: Sözünde ve davranışlarında doğruluktan ayrılmayan, doğru(kimse).	“İşime ve müşterilerime saygım var.”
Hususi Taksi	Hususi: Özel	“Yeniliğe açığız.”
Klas Düğün Salonu	Klas: 1. Sınıf. 2. Üstün nitelikli, üstün yetenekli.	“Her bütçeye uygun.”
Özgün Giyim	Özgün: Yalnız kendine özgü bir nitelik taşıyan, orijinal.	“Gündelik, ucuz giyim.”
Portatif Mobilya	Portatif: Kolay taşınabilen, katlanarak taşınabilen, seyyar.	“Sağlam, dayanıklı, hafif mobilya.”
Tesfiye Demir	Tesviye: Düz duruma getirme, düzleme.	“Demir, bizde renk bulur.”