

TÜRKÇENİN İNGİLİZCE YOLUYLA MELEZLEŞMESİ: SAMSUN'DAKİ İŞ YERİ VE MEKÂN ADLARI ÖRNEĞİ*

İsmail YAMAN**
Emrah EKMEKÇİ***

ÖZET

Mevcut betimsel çalışma, araştırmacıların Samsun il merkezinde tespit ettiği İngilizce kelimelerin veya seslerin kullanıldığı iş yeri ve mekân isimlerinin incelenmesini kapsamaktadır. İngilizcenin bir şekilde etkisinin görüldüğü isimler ilk önce bir havuzda toplanmış ve ayrıntılı bir inceleme sonrasında araştırmacılar tarafından Türkçenin İngilizce yoluyla melezleştirilmesi bağlamında kategorilere ayrılmıştır. Kategoriler oluşturulurken incelenen mağaza ve mekân adları biçimbilimsel ve sözdizimsel açıdan ele alınmıştır. Ortaya çıkan kategoriler Türkçenin İngilizce yoluyla tamamen İngilizce sözcükler ve sesler kullanılarak (The Garden Cafe, Europcar, Kids Castle), söz dizisine İngilizce başlayıp Türkçe devam ederek (Ultraline Dış Cephe Sistemleri, Eurofix Gemicilik, Sunrise Kuaför), söz dizisine Türkçe başlayıp İngilizce devam ederek (Aksa Botanic Center, Vatan Computer, Yataş Bedding), Türkçe sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen İngilizceleştirerek (Marca Cafe, İlhan's Halı, Caploonba), İngilizce sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen Türkçeleştirerek (Campüs Cafe, Kempil, Rengarenk Kosmetik & Accessories) ve Türkçe ve İngilizce unsurları tek bir sözcükte birleştirerek (Samwin Cam Balkon, Efetech, Atamark) melezleştirildiğini göstermektedir. Söz konusu kategoriler Türkçe ve İngilizce arasındaki ilişkinin Samsun il merkezinde bulunan iş yeri ve mekân adları bağlamında nasıl kendini gösterdiğini açıklamaktadır. Sınırlı bir ölçekte ele alınan bu diller arası ilişki, günlük hayatın doğal bir parçası ve her yerde kolayca gözlemlenebilen bir durum olması dolayısıyla Türkçe ve İngilizce arasındaki genel ilişkinin ne yönde olduğuna dair önemli ipuçları vermektedir.

Anahtar Sözcükler: Türkçe, İngilizce, melezleşme, iş yeri ve mekân adları

* Bu çalışma 28-30 Mayıs 2015 tarihlerinde Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nce düzenlenen 1. Uluslararası Dil Eğitimi ve Öğretimi Sempozyumu'nda bildiri olarak sunulmuştur.

** Yrd. Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, ismail.yaman@omu.edu.tr

*** Yrd. Doç.Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, emrah.ekmekci@omu.edu.tr

ABSTRACT

This study is a descriptive one and covers the investigation of shop and place names with English words or sounds gathered as a result of the two-month observation of the researchers in the centrum of Samsun. Names reflecting any effect of English were collected in a pool, and following an in-depth analysis, they were categorized by the researchers under the framework of the hybridization of Turkish through English. The covered shop and place names were considered in terms of morphological and syntactical features while placing them under different categories. The yielded categories indicate that Turkish is hybridized through English by using totally English words and sounds (The Garden Cafe, Europcar, Kids Castle), beginning the syntax in English and then continuing in Turkish (Ultraline Dış Cephe Sistemleri, Eurofix Gemicilik, Sunrise Kuaför), beginning the syntax in Turkish and then continuing in English (Aksa Botanic Center, Vatan Computer, Yataş Bedding), English-izing the spelling of Turkish words partly or completely (Marca Cafe, İlhan's Halı, Caploonba), Turkish-izing spelling of the English words partly or completely (Campüs Cafe, Kempil, Rengarenk Cosmetik & Accessories), and combining Turkish and English components in one word (Samwin Cam Balkon, Efetech, Atamark). These categories yielded by this study clearly explain how the interlanguage relationship between English and Turkish appears in the context of shop and place names located in the centrum of Samsun. As an integral part of daily life and a readily-observable phenomenon, this inter-language relationship handled on a limited scale under this study provides remarkable clues as to the direction the general relationship between Turkish and English moves towards.

Keywords: Turkish, English, hybridization, shop and place names

Diller doğaları gereği sürekli bir değişim süreci içindedir. Bu değişim süreci dillerin gelişmesini, diğer dillerle kelime alışverişi yapmasını, farklı ağız ve lehçelerin oluşmasını, dilbilgisel ve sözcüksel değişikliklerin meydana gelmesini içerebilir. Dünya dilleri arasında tam anlamıyla saf bir dil bulmak olanaksızdır, diğer bir deyişle kültürler ve diller arası etkileşim sonucu yer-yüzünde konuşulan tüm diller birbirlerinden kelime alışverişinde bulunmaktadır (Özkan ve Musa, 2004). Bu diller arası alışveriş bazı dillerin diğer diller üzerinde hâkimiyet kurması olarak da gerçekleşebilir. Bu durum neredeyse tüm dünyada ortak dil olarak kabul gören İngilizcenin Türkçe ile etkileşimi bağlamında da kendini göstermektedir. İngilizcenin giderek artan bir şekilde Türkçenin kullanım alanına girdiği rahatlıkla söylenebilir. Özellikle küreselleşmenin etkisiyle tüm dünya ülkelerinde sosyal, ekonomik ve

kültürel boyutta kendini gösteren İngilizce etkisi, Türkiye'de iş yeri ve mekân isimlerinde de varlığından söz ettirmektedir.

Yabancı marka isimlerinin Türkiye pazarında kullanılmasının yanında birçok iş yeri isminin bir şekilde İngilizcenin etkisiyle tuhaf ve şaşırtıcı bir hâl almaya başladığı gözlenmektedir. Özellikle büyük şehirler bu durumdan çok daha fazla nasibini almıştır. Karadeniz bölgesinin en büyük şehri olan Samsun ilindeki mağaza ve mekân isimlerinin de İngilizce ve Türkçe etkileşiminden kaynaklı yadırgatıcı Türkçenin biçimbilimsel ve sözdizimsel yapısına uymayan özellikler taşıdığı şehrin önemli caddelerinde hemen göze çarpmaktadır. Bu kapsamda genel çalışmaların yanında Trabzon, Van, Ordu, Bursa, Ödemiş ve Sivas gibi farklı il ve ilçelerde benzer çalışmalar yapılmış, genel olarak iş yeri adları incelenmiş ve çeşitli sonuçlara varılmıştır. Samsun ile ilgili alanyazında herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Genelde diller arası, özelde ise Türkçe ve İngilizce arasındaki ilişkinin Samsun ilinde ne ölçüde olduğu, etkileşimin daha çok hangi dilden diğerine yoğunlaştığı ve Samsun'daki mağaza ve mekân isimlerinin hangi doğrultuda olduğu bu çalışmanın temel araştırma sorularını oluşturmaktadır.

Alanyazın Taraması

Türkiye'de iş yeri isimleri üzerine yapılan çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Mevcut çalışmaların da üzerinden zaman geçtikçe geçerlilikleri kaybolmaktadır. Çünkü iş yerleri ve mekânlar sürekli bir değişim içindedir. Bu yüzden bu tür çalışmalarda tarihsel güncellik büyük önem arz etmektedir.

Türkiye'de iş yeri isimlerinin niteliği ile ilgili olarak il ve ilçe bazında nicelik olarak az da olsa çeşitli çalışmalara rastlanmaktadır. Örneğin, Arvas (2011) Van ilindeki iş yeri isimlerinin zaman içerisinde değişime uğrayıp uğramadığını araştırdığı çalışmasında, teknolojik ve yapısal değişikliklerin iş yeri isimleri üzerindeki etkilerinden bahsetmektedir. Tümevarım yönteminin kullanıldığı çalışmada, örneklem olarak 100 (yüz) iş yeri ismi üzerinde çalışılmıştır. İşyeri isimleri geleneksel ve geleneksel olmayan şekilde iki kategoride incelenmiştir. Birinci kategoriyi soyadları, şehir, kişi, tarihi ve yerel isimler oluştururken ikinci kategoriyi yabancı, anlamı bilinmeyen veya ilginç isimler oluşturmuştur. Yazar çalışmasında iş yeri isimleri üzerinde etkisi olan iç ve dış dinamiklerin üzerinde de durmaktadır. Özellikle ilçelerden gelip Van merkeze yerleşen insanların iş yerlerine koydukları isimlerle iç dinamikleri, il dışından gelip yerleşenlerin ise dış dinamikleri oluşturdukları vurgulanmıştır. Arvas (2011) çalışmasında sonuç olarak Van'ın merkezinde incelediği iş yeri isimleri üzerinde kişilerin içinde yaşadığı toplum yapısı, psikolojisi, kişiliği, yaşantısı, aile yapısı ve tarihinin etkili olduğunu belirtmektedir. Ana ve ara sokaktaki iş yeri isimlerinde de dikkat çeken farklılıklar olduğu ortaya konmuştur. Çalışmada, yabancı isimlerin etkilerinin sadece ana caddedeki iş yeri isimlerinde değil aynı zamanda ara sokaklardakilerde de olduğu ve bu durumun toplumun değişiminin bir yansıması olarak görülmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Kartallıoğlu (2001) Trabzon ili Maraş caddesindeki işyeri isimleri üzerinde yaptığı çalışmada 428 işyeri ismini incelemiştir. Araştırmacı incelediği bu işyeri isimlerini ‘tamamen yabancı kelimelerle kurulanlar, en az bir tane yabancı kelime taşıyanlar’ ve ‘söz dizimindeki bozulmalar’ olarak üç başlık altında incelemiştir. Çalışmada ilk kategori kapsamında 39, ikinci kategori kapsamında 39 ve üçüncü kategori kapsamında 141 işyeri ismi tespit edilmiştir. Yazar elde ettiği bulgular çerçevesinde işyeri isimleriyle ilgili çok ciddi sorunlar olduğu kanısını dile getirmiş ve çeşitli önerilerde bulunmuştur.

Bir diğer çalışmada Demircan (2001), iş yeri adlarını incelemiş; küreselleşmenin önemine dikkat çekmiş ve bu durumun markaların rütbeleşmesine yol açtığını belirtmiştir. Yazar, ürün adlarını marka olmayan adlar taşıyıp yerli olanlar ve çoğunlukla yabancı adı taşıyan ancak yerli mi yabancı mı belli olmayanlar olarak ikiye ayırmıştır. İstanbul’daki dükkân adlarından ve sormaca tekniği kullanarak elde edilen verilerden örnekler veren yazar, iş yeri adlarına seçilen isimlerin nedenlerini de çalışmada belirtmektedir.

İlçe bazında yapılan bir çalışmada Gaddar (2014), dil kirliliği ile ilgili Ödemiş’teki iş yeri adlarını incelemiştir. Çalışma kapsamında bazı iş yeri sahipleriyle görüşülmüş ve iş yeri adını veriş sebebi sorulmuştur. Geniş bir örneklemin incelendiği çalışmada, Ödemiş’teki iş yeri adları arasında Türkçe kurallara uygun olanların yanı sıra kısaltmaların, eksilteli yapıda ve Türkçe söz dimine aykırı olanların da bulunduğu aynı zamanda yabancı sözcüklerden oluşan iş yeri adlarının da tercih edildiği saptanmıştır. Araştırmanın sonucunda Türkçe ya da Türkçeleşmiş iş yeri adlarının iletişimi kolaylaştırmasına rağmen iş yeri sahipleri tarafından Türkçeye uygunluk durumunun pek de dikkate alınmadığı vurgulanmıştır. Daha çok ilgi çekici adlar tercih edilmiş, bu adları veren iş yeri sahiplerinin eğitim seviyesi incelendiğinde yükseköğretim görmüş kişilerin de varlığına dikkat çekilmiştir. İş yeri adlarına verilen yabancı kökenli ya da Türkçeleştirilmiş kelimelerin Türkçeye büyük zarar verdiği, bu durumun daha çok bilinçsizlikten kaynaklandığı ve bu doğrultuda alınacak kararların Türk kültürüne de büyük hizmet edeceği çalışmada özellikle belirtilmiştir.

Benzer şekilde, Sivas ilinin incelendiği Kaya’nın (2008) çalışmasında, üç yıl süreyle iş yeri sahipleriyle bizzat görüşülerek dükkân isimleriyle ilgili veri toplanmıştır. İş yerlerine verilen isimlerin nedenleri sorgulanmış ve toplam 19 grup ortaya çıkmıştır. Kaya (2008, s. 2) çalışmasında bu grupları “isme, soy isme ve lakaba dayalı adlandırmalar, birtakım düşünceye bağlı ad verme, zevklere bağlı olarak ad verme, farklı bir adla dikkati çekme düşüncesi, il, çevre, çevredeki kurum-kuruluşlardan dolayı ad verme, etik yaklaşımla ad verme, etnik yaklaşımla veya sülaleye bağlı ad verme, inanca bağlı ad verme, TV dizisinden etkilenmeye bağlı ad verme, milli hislenişle ad verme, sıra düşüncesine bağlı ad verme, satılan ürünün markasına bağlı ad verme, yabancı kelimeyle entelektüel görünme düşüncesiyle ad verme, ya-

bancı kelimelere tepki olarak ad verme, kısaltmaya bağlı ad verme, niyet ve dileğe bağlı ad verme, yapılan işe uygunluk göstermeye bağlı ad verme, kardeş ortaklığına bağlı ad verme ve ömrün dönemlerine göre ad verme" şeklinde oluşturmuştur. Çalışma sonucunda inanç, dünya görüşü, durum ve olay gibi faktörlerin iş yeri sahiplerinin dükkânlarına isim verme sürecinde etkili olduğu vurgulanmıştır. İş yeri isimlerinin aynı bir insan ismi gibi belli bir ruhu, kimliği, duruşu ve tavrı sergilediği sonucuna varılmıştır.

Ordu ilinin ele alındığı bir diğer çalışmada, Küçük ve Saraç (2008), 1473 iş yeri adını Batı kaynaklı kelime kullanımı bağlamında incelemiş ve iş yeri adlarında genellikle Fransızca, İngilizce, Yunanca ve İtalyanca kelimelere yer verildiği sonucuna varmıştır. İş yeri adlarının sözdizimi açısından da incelendiği çalışmada iş yeri adlarının en az bir en fazla yedi kelimedenden oluştuğu saptanmış ve genel olarak Türkçe sözdizimine ve tamlama yapısına aykırı durumlar belirlenmiştir. Yabancı kelimelerin Türkçe üzerinde bu denli etkili oluşunun kelime hazinesinin zenginleşmesi bağlamında olumlu bir durum gibi görünse de aslında zararlı olduğu belirtilmiştir. Çalışmada karşıt görüş olarak yabancı sözcüklerin çoğalmasının dillerin ve kültürlerin sürekli etkileşimde olduğu ve bilgi ve teknoloji alışverişi sonucu ortaya çıktığı vurgulanmaktadır. Fakat her ne olursa olsun Türkçe karşılığı olan kelimelerin yabancı kelimeler yerine tercih edilmesi, dolayısıyla dilimizin kısırlaşmasının ve yoksullaşmasının önüne geçilmesi tavsiye edilmektedir. Öte yandan tamamı batı kökenli kelimelerin de iş yeri adı olarak karşımıza daha fazla çıkması, diğer illerde olduğu gibi Ordu ilinde de kültürel yozlaşmanın varlığının ve etkisinin ispatı olarak gösterilmiştir.

Mert ve Türkmen (2014), iş yeri isimlerindeki yabancılaşmayı dil ve pazarlama bağlamında ele almıştır. Bu kapsamda 33 ilde iş yeri isimleri iş yeri sahipleriyle görüşme tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda özellikle küreselleşmeye vurgu yapılmış, küreselleşme sonucunda toplumsal değerlere bilinçsiz ve duygusal bir şekilde yaklaşımdan çok, büyük resmi görerek hareket etmek ve iş yeri adları verilirken de bunun göz ardı edilmemesi gerektiği vurgulanmıştır.

Bursa ilindeki 22433 iş yeri adını inceledikleri çalışmalarında Üstünova vd. (2010) köken bilgisine göre iş yeri adlarını tamamı Türkçe, tamamı yabancı ve Türkçe ve yabancı kelimelerin birlikte oluşturdukları isimler şeklinde gruplandırmıştır. Tamamı Türkçe olarak 1596 veri, tamamı yabancı olarak 6574 veri, Türkçe ve yabancı sözcük birlikte olarak da toplam 14263 veri elde edilmiştir. Çalışmanın sonucunda, iş yeri adlarının Türkçeye zarar verecek nitelikte olmaması gerektiği, bu adlar seçilirken son derece özenli olmak gerektiği vurgulanmıştır. Araştırmanın sonuçları Bursa ilindeki mevcut durumun son derece üzücü ve incitici olduğunu göstermektedir. Ayrıca çalışmada, iş yeri adlarındaki yabancılaşmanın sadece Türkçeye zarar vermediği, aynı zamanda yabancılaşan bireylerin yetişmesine de neden olduğu belirtilmiştir.

Yukarıda bahsi geçen tüm çalışmalarda varılan ortak sonuç gerek çalışma yapılan illerdeki gerekse de genel olarak ülke çapındaki iş yeri ve mekân adlarında yabancı dillerin yoğun bir etkisinin varlığının yadsınamaz bir hâl almış olmasıdır. Bu bağlamda bu çalışma mevcut alanyazına Samsun iliyle ilgili bir inceleme olarak katkı yapmakta ve Türkçenin diller arası ilişkiler bağlamında İngilizce yoluyla nasıl melezleştiğini ortaya koymaktadır.

Yöntem

Mevcut çalışma betimsel bir araştırma olup araştırmacıların iki ay boyunca Samsun il merkezinde yaptıkları gözlemler sonucu elde edilen İngilizcenin kullanıldığı iş yeri ve mekân isimlerinin incelenmesini kapsamaktadır. İngilizcenin bir şekilde etkisinin görüldüğü isimler ilk önce bir havuzda toplanmış ve sonrasında araştırmacılar tarafından Türkçenin İngilizce yoluyla melezleşmesi bağlamında kategorilere ayrılmıştır. Kategoriler oluşturulurken İngiliz dili ve Türk dili alanlarında faaliyet gösteren çeşitli uzmanlardan fikir alınmıştır. Toplamda 200 iş yeri ve mekân ismi belirlenmiş ve bunlar 6 ana kategoriye ayrılmıştır. Bu 6 kategoride yer alan isimlerden kültürel unsur içerenleri de farklı bir kategoride ayrıyeten ele alınmıştır. Ortaya çıkan kategoriler ve bunlara ilişkin yorumlar bir sonraki başlık altında ayrıntılı bir biçimde ele alınmaktadır.

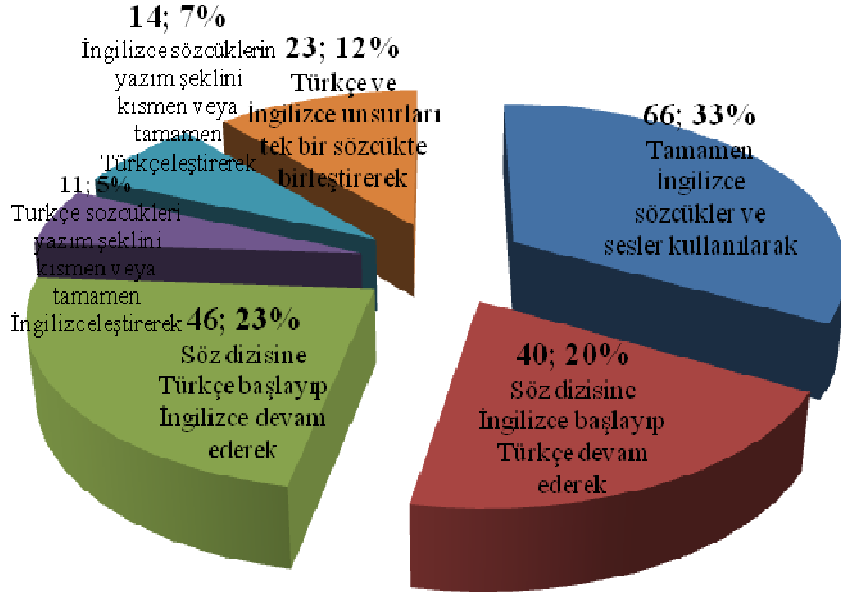
Bulgular ve Yorum

Araştırma kapsamında belirlenen 200 iş yeri ve mekân ismi araştırmacılar tarafından (1) tamamen İngilizce sözcükler ve sesler kullanarak, (2) söz dizisine İngilizce başlayıp Türkçe devam ederek, (3) söz dizisine Türkçe başlayıp İngilizce devam ederek, (4) Türkçe sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen İngilizceleştirerek, (5) İngilizce sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen Türkçeleştirerek ve (6) Türkçe ve İngilizce unsurları tek bir sözcükte birleştirerek oluşturulan isimler olmak üzere altı ana kategoriye ayrılmıştır. Bu kategorilere ilişkin sayısal ve oransal veriler Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1’de görüldüğü üzere Samsun ilinde iş yeri ve mekân isimleri bağlamında Türkçenin en fazla tamamen İngilizce sözcükler ve sesler kullanılarak (%33) melezleştirildiği ortaya çıkmaktadır. Bunu oransal olarak sırasıyla söz dizisine Türkçe başlayıp İngilizce devam ederek oluşturulan isimler (%23), söz dizisine İngilizce başlayıp Türkçe devam ederek oluşturulan isimler (%20), Türkçe ve İngilizce unsurları tek bir sözcükte birleştirerek oluşturulan isimler (%12), İngilizce sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen Türkçeleştirerek oluşturulan isimler (%7) ve Türkçe sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen İngilizceleştirerek oluşturulan isimler (%5) izlemektedir. Mevcut çalışma kapsamında incelenen 200 iş yeri ve mekân isminin %76’sını oluşturan ilk üç kategori sözcüklerin köklerine müdahale etmeden olduğu gibi kullanımlarını kapsamaktadır. Ancak %24’lük son üç kategori kullanılan sözcüklere doğrudan müdahale içermek-

tedir. Özellikle İngilizce sözcüklerin yazım şeklinin kısmen veya tamamen Türkçeleştirildiği ve Türkçe sözcüklerin yazım şeklinin kısmen veya tamamen İngilizceleştirildiği isimler sözcüklerin orijinal köklerine doğrudan müdahale olduğu örneklerden oluşmaktadır. Türkçe ve İngilizce unsurların tek bir sözcükte birleştirildiği isimler ise köklere müdahale etmeden iki dile ait özelliklerin bir araya getirildiği örneklerden oluşmaktadır. Son üç kategorinin oransal olarak bariz bir şekilde düşük olması, bu tür isimlerin oluşturulmasının diğer kategorilere nazaran daha fazla düşünme süreci ve üretkenlik gerektirmesinden kaynaklanmaktadır.

Şekil 1. Elde Edilen Kategorilerin Sayısal ve Oransal Dağılımı



Tamamen İngilizce Sözcükler ve Sesler Kullanılarak Oluşturulan İsimler

Çalışma kapsamında yapılan incelemeler sonucu elde edilen ilk kategori tamamen İngilizce sözcükler ve sesler kullanılarak oluşturulan iş yeri ve mekân isimlerinden oluşmaktadır. Toplamda ele alınan 200 ismin 66'sı (% 33) bu kategoriye girmektedir. Tablo 1'de kategoriye oluşturan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Tablo 1'de de görüldüğü gibi Samsun il merkezindeki sokaklarda ismi tamamen İngilizce kelimelerden oluşan kayda değer sayıda iş yeri ve mekân bulunmaktadır. Bu isimlerden *Cooper Tires* ve *Domino's Pizza* gibi bazıları iş yerinde satılan ürünün markasını temsil ederken *CallUs*, *Baby Home* ve *Hair City* gibi isimler iş yerinin faaliyet gösterdiği alana işaret etmektedir. Kullanılan İngilizce isimlerin yiyecek-içecek, giyim, otomobil kiralama, sağlık ve iletişim gibi çok farklı sektörlerde faaliyet gösteren iş yerlerine ait olduğu

da dikkat çeken diğer bir önemli husustur. Kullanılan sözcüklerin tümünün İngilizce olarak belirlenmesi turist çekme potansiyeli çok da fazla olmayan bir il olan Samsun'da vatandaşların önemli bir kısmına yabancı ve anlamsız gelecektir. Marka isimlerinin kullanılmasının haricindeki İngilizce kelime tercihleri gençlere hitap etmeyi ve dikkat çekmeyi hedefliyor olabilir, ancak bu sözcüklerin doğru sesletimlerinin bile adamaklılı bilinmediği bir ortamda bunların Türkçe cümleler içinde kullanılıyor olması hem Türkçeyi melezleştirmesi anlamında hem de ortaya koyduğu ilginç durum anlamında dikkate değer bir husustur.

Tablo 1. Tamamen İngilizce Sözcükler ve Sesler Kullanılarak Oluşturulan İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

Auto Life Centre	Eat'n Fit	Medical Park
Autoking	Eurasia Rent a Car	Mirage
Baby Baby	Europcar	Mynet Internet Cafe
Baby Home	Fashion Tobacco	Nesh Waffle
Big Yellow Taxi &	Film & Foil	New Balance
Gasoline Company	Fitline Athletic Club	New Funny House
Bigman Pizza	Forbest Cosmetics	Nil's Furniture Design
Blackboy Cosmetics	Garage Music Station	Outlet Mix
Broadway Night Club	General VIP	Pizza Downtown
Cafe Express	Gg Store	Pizza Tomato
Cafe's Fast Food	Global Car Rental	Red Key
CallUs	Hair City	Relax Mode
Chickenesh	Happy Cars	Shoes&More
Chick-quick	Helium Internet Cafe	Smile Door
Cooper Tires	I Love Dress	Snoopy Playstation
Copy Center	Icon Cafe Restaurant	Stonewrap
Cosmo Life	Impact Medical	Storcity
Cottonbox	Keep Out	The Best
Decathlon	Kids Castle	The Coffee Home
Deny Accessories	Lovelet	The Garden Cafe
Doctor's Outlet Shops	Lucca Exclusive	The Green STR
Domino's Pizza	Marine Shop	Venn Garden
Door X		

Söz Dizisine İngilizce Başlayıp Türkçe Devam Ederek Oluşturulan İsimler

Analiz sonucunda elde edilen ikinci kategori söz dizisine İngilizce başlayıp Türkçe devam ederek oluşturulan isimlerinden oluşmaktadır. Toplamda ele alınan 200 ismin 40'ı (%20) bu kategoriye girmektedir. Tablo 2'de kategoriye oluşturan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Tablo 2'de görüldüğü gibi önemli sayıda iş yeri ve mekân ismi İngilizce sözcük veya sözcüklerle başlayıp sonra Türkçe sözcüklerle devam etmektedir. Örnekler (*Iron Demir Sanayii*, *Design İç Mimarlık*, *Dryport Kuru Temizleme*, *Icon Gayrimenkul*, *Pure Life Temizlik*, *TechArt Mühendislik* vb.) incelendiğinde ilk sözcük olarak kullanılan İngilizce kelimelerin genelde faaliyet gösterilen alanla doğrudan ilintili seçimler olduğu söylenebilir. Bu katego-

ride faaliyet alanını niteleyen sözcük İngilizce seçilmiş ve faaliyet alanı daha sonra Türkçe sözcüklerle ifade edilmiştir. Hatta bazı örneklerde (*Iron Demir Sanayii*) aynı anlama gelen İngilizce ve Türkçe sözcük peş peşe kullanılmış ve ilginç bir görüntü ortaya çıkmıştır. Bazı örneklerde (*By Berber*) ise İngilizce sözcük kullanımıyla kelime oyunu yapılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Tablo 2. Söz Dizisine İngilizce Başlayıp Türkçe Devam Ederek Oluşturulan İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

Angel Face Bayan Kuaför	Gong Çiçekçilik	Pous Oto Kuaför
By Berber	Icon Gayrimenkul	Pure Life Temizlik
By Dekor	Iron Demir Sanayii	Puzzle Ajans
By Kaos	Joy Usluoğlu	Queen's Güzellik Merkezi
Cafe Park Lokantası	Mode Giyim	Rose Büfe
Cafe's Tombik	Moonstar Erkek Kuaförü	Snow Kuaför
Clear Enerji	Mr. Kumpir	Step Yapı
Clinic A Tıp Merkezi	My Çay	Sunrise Kuaför
Cosmo Life Güzellik Salonu	My Oto Kiralama	System Elektronik
Design İç Mimarlık	Nice Mood Bayan Kuaför	TechArt Mühendislik
Dryport Kuru Temizleme	North Reklamcılık ve	Time Otel
Elegance Optik	Endüstriyel Lazer Sistemleri	Ultraline Dış Cephe Sistemleri
Elite El Sanatları	Panty Çanta Cüzdan	
Eurofix Gemicilik		
Gold Gayrimenkul		

Söz Dizisine Türkçe Başlayıp İngilizce Devam Ederek Oluşturulan İsimler

Yapılan incelemeler sonucu ortaya çıkan diğer kategori söz dizisine Türkçe başlayıp İngilizce devam ederek oluşturulan isimlerinden oluşmaktadır. Araştırmada ele alınan 200 ismin 46'sı (%23) bu kategoriye girmektedir. Tablo 3'de kategoriye oluşturulan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Tablo 3. Söz Dizisine Türkçe Başlayıp İngilizce Devam Ederek Oluşturulan İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

Aksa Botanic Center	Gato Hospital	Rota Cafe Restaurant
Aktif Corner	Girin Chicken	Sa Sa Cafe & Restaurant
Artukbey Shop	Gökçe Group	Samsun Hediye Shop
Atakum Copy Center	Irmaklar Concept	Sempati Disco Bar
Atakum fitness.com	Kebab House	Simit Cafe
Ayakkabı Showroom	Kent Kids	Simit Center
Ayder Fırın Cafe	Koza Door	Simit Master
Çakallı Melemen Center	Kumpir X	Süslü Boutique
Çatal Cafe Restaurant	Limon Cafe	Tepe Home
Çeyiz Home	Metin Berber Shop	Teras Cafe
Doğtaş Exclusive	Münevver Cafe	Umut Pharmacy
Emir Rent A Car	Olimpiyat Cafe Bar	Vatan Computer
Emlak House	Orkide Cafe	Vecihi Pub
Enila Tasarım Boutique	Osmanlı Rent A Car	Yataş Bedding
Feşmekan Cafe	Polisan Home Cosmetics	Zeytin Cafe
	Poyraz Shipping	

Bir önceki kategorinin aksine bu kategoride faaliyet alanını niteleyen sözcük Türkçe seçilmiş ve faaliyet alanı daha sonra İngilizce sözcüklerle ifade edilmiştir. Tablo 3'te de görüldüğü gibi bu kategoriye giren örneklere Samsun sokaklarında nicel olarak bir önceki kategoriye oranla kısmen daha fazla rastlanmıştır. Diğer kategorilerde olduğu gibi bunda da çok farklı sektörlerden örneklerin yer aldığı görülmektedir. İsimlerin başlarında kullanılan Türkçe sözcüklerin bir kısmı özel isimken (*Gökçe Group, Irmaklar Concept* vb.) bazıları ise (*Kebab House, Emlak House, Çatal Cafe Restaurant* vb.) faaliyet alanına işaret eden cins isimlerden oluşmaktadır. Bazı örneklerde ise (*Girin Chicken*) iki dilli kullanım ile kelime oyunu hedeflenmiştir.

Türkçe Sözcüklerin Yazım Şeklinin Kısmen Veya Tamamen İngilizceleştirilerek Oluşturulan İsimler

Elde edilen dördüncü kategoride tamamen Türkçe sözcükler, İngilizce telaffuzu mümkün kılacak şekilde dönüştürülerek yer almaktadır. Analiz edilen 200 ismin sadece 11'i (%5) bu kategoriye girmektedir. Tablo 4'de kategoriyi oluşturan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Tablo 4. Türkçe sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen İngilizceleştirilerek Oluşturulan İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

By Güwen	Irmaklar Bahçce	Passha Bar
Caploonba	Kadhırğa Hotel Restaurant	Pidde55
Çıtır Chicken	Laila Ev Yemekleri	Salash
HerSHEY	Marca Cafe	

Bu ve sonraki iki kategori nicel olarak ilk kategorilere nazaran daha az örnek içermektedir. Çünkü bu kategorilerde yapılan şey dile ve sözcüklere ciddi manada müdahale gerektirmektedir. İlk üç kategoride diller arası birlikte kullanım söz konusu olsa bile bu sözcükleri orijinal şekilleriyle kullanılarak olmaktadır. Ancak Tablo 4'teki Türkçe sözcüklerin köklerine İngilizce unsurlarla bir müdahale görülüyor. Bu bazen harf değişikliği (*By Güwen, Marca Cafe, Çıtır Chicken, Salash* vb.), bazen bir harf eklenmesi (*Kadhırğa Hotel*), bazen de kapsamlı bir müdahale (*Caploonba*) olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan bu tür değişiklikler sözcükleri daha dikkat çekici bir hale getirme çabasının bir parçası olarak değerlendirilebilir.

İngilizce Sözcüklerin Yazım Şeklini Kısmen Veya Tamamen Türkçeleştirilerek Oluşturulan İsimler

Çalışma kapsamında ulaşılan beşinci kategori, İngilizce sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen Türkçeleştirilerek oluşturulan isimlerden oluşmaktadır. Toplamda ele alınan 200 ismin yalnızca 14'ü (%7) bu kategoriye girmektedir. Tablo 5'de kategoriyi oluşturan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Bir önceki kategorinin aksine Tablo 5'teki örnekler İngilizce sözcüklerin Türkçeleştirilmesini içermektedir. Örneklerin hemen hepsinde İngilizce

sözcüklerin Türkçe mantığıyla telaffuz edilmiş olarak yazıya aktarıldığını görmekteyiz. Bu bazen tam bir değişiklik (*Kempil, Sempaty, Emoş Bady*) bazen de kısmi bir değişiklik (*Accort Giyim, Campüs Cafe, Midilli Consept*) olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 5. İngilizce Sözcüklerin yazım şeklini kısmen veya tamamen Türkçeleştirerek Oluşturulan İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

Accort Giyim	Grill Piliç Restoran	Orjin Cafe Restaurant
By Costum	İxir Bayan Kuaförü	Rengarenk Cosmetik & Accessories
Campüs Cafe	Kempil	Sempaty Erkek Kuaförü
Emoş Bady	Majör Müzik	Yavuz Bady
Foto Jenik's	Midilli Consept	

Türkçe ve İngilizce Unsurları Tek Bir Sözcükte Birleştirerek Oluşturulan İsimler

Yapılan analizler sonucu elde edilen bir diğer kategori Türkçe ve İngilizce unsurları tek bir sözcükte birleştirerek oluşturulan isimlerden oluşmaktadır. Toplamda ele alınan 200 ismin 23'ü (%12) bu kategoriye girmektedir. Tablo 6'da kategoriye oluşturan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Tablo 6. Türkçe ve İngilizce Unsurları Tek Bir Sözcükte Birleştirerek Oluşturulan İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

Atamark	Kafe's Atakum	Oktay's Cafe Pastiere
Bordo's Coffee	Kebapix	Onur Mobicenter
Bürotime	Minik's Car Care & Wax	Peynirland
Cafe'de Keyf	Mobimall	Samaxemlak
Efeteç	Mobline	Samline Rent A Car
Evland	Musti's Motosiklet Bisiklet	Samwin Cam Balkon
Fenerium	Tamir ve Yedek Parça	Saymax
İlhan's Halı	Okadoor	Sporium

Bu kategori önceki iki kategoriyle benzerlik gösterse de iki dile ait unsurların birbirlerine müdahale etmeden tek bir sözcükte kullanıldığı örnekler içermesiyle farklılık arz etmektedir. Bu özellik bazen tek bir ek eklenmesi (*İlhan's Halı, Cafe'de Keyf*), bazen iki bağımsız bütün sözcüğün bir araya gelmesi (*Atamark, Bürotime, Evland, Peynirland, Saymax*), bazen de köklerde ses değişikliği olmadan Türkçe veya İngilizce sözcüklerde kısaltmalarla birlikte kullanımı (*Efeteç, Mobimall, Okadoor, Samwin Cam Balkon*) şeklinde görülmektedir.

Kültürel Unsurların Melezleştirmeye Dâhil Olduğu Örnekler

Çalışma kapsamında yapılan incelemeler sonucu elde edilen son kategori, kültürel unsurların melezleştirmeye dâhil olduğu örnekleri içermektedir. Bu başlık altında yer alan örnekler önceki kategorilerde hâlihazırda var olan iş yeri ve mekân isimlerinden seçilmiştir. Tablo 7'de kategoriye oluşturulan iş yeri ve mekân isimleri verilmiştir.

Tablo 7’deki örnekler içerdikleri kültürel unsurlar nedeniyle tamamen Türkçe kullanıma daha uygunken İngilizce sözcüklerle birlikte kullanılmış ve ortaya tezat bir durum çıkmıştır. Ülkemizde ve dolayısıyla Samsun ilinde fırın, berber, lokanta, çeyiz, kebab, pide, melemen, simit, pabuç, kundura gibi kavramlar insanlarda bir kültüre özgülük izlenimi vermektedir. Ancak yanlarına İngilizce sözcüklerin veya unsurların eklenmesi ilginç bir görüntü ortaya koymaktadır.

Tablo 7. Kültürel Unsurların Melezleştirmeye Dâhil Olduğu İş Yeri ve Mekân İsimleri Listesi

Artukbey Shop	Elite El Sanatları	Pidde55
Ayder Fırın Cafe	Kebab House	Simit Cafe
By Berber	Kebabix	Simit Center
Cafe Park Lokantası	Metin Berber Shop	Simit Master
Çakallı Melemen Center	Mr. Kumpir	The Gourmet Kebab &
Çeyiz Home	My Çay	Steak

Sonuç

Çalışmada elde edilen örnekler ve kategoriler, Samsun ilinde İngilizcenin iş yeri ve mekân isimlerine nasıl yansıyor Türkçeyi kullanım olarak adım adım melezleştirdiğini açıkça göstermektedir. Aslında iş yeri ve mekânlara son zamanlarda verilen isimlerle ilgili bu güncel durum akademik mecrada İngilizce yayınlanan bir makalenin içeriğine bile bakılmaksızın Türkçe yazılan makalelerden daha bilimselmiş gibi algılanması durumuyla büyük paralellik göstermektedir. Özel marka isimleri kullanımları haricinde dikkat çekmek, genç nesle hitap edebilmek, farklı görünmek, süslü görünmek gibi gayelerle insanlar böyle bir yola başvurabilmektedirler. Ancak tercihli olarak anlaşılacak toplum açısından artık bir özellik değildir. Diller tabii ki iletişim içinde olacak ve alışveriş yapacaklar, ancak bu internet kelimesine hızlıca etkili bir karşılık bulamadığınız zaman onun Türkçeye yerleşmesi gibi doğal süreç hâlinde cereyan etmeli, insanların özenti yoluyla müdahaleleriyle değil. Bizim melezleşme olarak adlandırdığımız bu durum, kimi araştırmacılar tarafından Türkçenin imkânlarının gelişmesi hatta bunun bir kirlenme veya yozlaşma olmaktan ziyade bir değişim süreci olarak nitelendirilmektedir (Demir, 2003). Bu değişim sürecini mümkün olduğunca doğal halinde bırakmak ve Türkçemizi yabancı dil ve kültürlerle etkileşim neticesinde farklı amaçlarla yapılan suni müdahalelerden uzak tutmanın en önemli hususlardan biri olduğu kanaatindeyiz.

Ele aldığımız bu konu çok canlı ve de hayati bir hususa temas etmektedir. Toplum ve caddeler sürekli bir değişim ve hareket içinde oldukları için iş yeri ve mekân isimleriyle ilgili Türkiye’nin her ilinde daha kapsamlı güncel çalışmalara ihtiyaç vardır. Çünkü Samsun iliyle sınırlı olan bu çalışma diğer illerde de durumun nasıl olduğuna dair bir fikir vermektedir. Bu bağlamda iş yeri ve mekân sahipleriyle de görüşmeler yapıp onların da bu

konudaki farkındalığı artırılabilir. Özellikle de okullarda genç nesle yönelik farkındalık artırıcı ödevler ve etkinlikler tasarlanabilir.

KAYNAKÇA

- ARVAS Abdulselam (2011). "İşyeri İsimleri Üzerine Bir Araştırma: Van Örneği", *Akademik Bakış*, (23):1-8.
- DEMİR Nurettin (2003). "Popüler Dil Tartışmalarına Dil İlişkileri Açısından Bakış", *Cumhuriyetimizin 80. Yılında Türkçemiz*. Ankara Ticaret Odası-Anadolu Çağdaş Eğitim Vakfı. 37-44.
- DEMİRCAN Ömer (2001). *İş Yeri Adlarında Yabancılaşma*, XIV. Dilbilim Kullatayı Bildirileri. Adana: Ç.Ü. Basımevi: 4-12.
- GADDAR Zeliha (2014). "Ödemiş'in İş Yeri Adları Üzerine Bir İnceleme", *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 5(1): 319-332.
- KARTALLIOĞLU Yavuz (2001). *Trabzon Maraş Caddesindeki İş yeri İsimleri Üzerine*, Trabzon ve Çevresi Uluslar Arası Tarih Dil Edebiyat Sempozyumu (Trabzon, 03-05 Mayıs 2001).
- KAYA Doğan (2008). *Sivas'ta İşyeri Adlandırmaları İle İlgili Bazı Tespitler*, Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumunda sunulan sözlü bildiri (Kırşehir, 15-17 Ekim 2008).
- KÜÇÜK Salim - Serdar Saraç (2008). "İş Yeri Adlarındaki Batı Kaynaklı Kelimeler Ve Ordu İli Örneği", *Türk Dili ve Edebiyatı Dergisi*, 38: 137-155.
- MERT Kazım - Merve Türkmen (2014). *Türkçe Biz Sana Ne Yaptık Böyle? İş Yeri İsimleri Yabancılaşıyor: Türkiye'nin Kültürel Değişim Yolculuğu*, 12. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildirileri: 599-607.
- ÖZKAN Fatma - Bağdagül Musa (2004). "Yabancı Dillerin Türkçenin Söz Dizimi Üzerindeki Etkisi", *Bilgi*. 30: 95-139.
- ÜSTÜNOVA Mustafa vd. (2010). "İş Yeri Adlarında Türkçe'nin Kullanımı", *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. Volume 5/1: 1390-1419.