

İŞ YERİ ADLARINDAKİ BATI KAYNAKLI KELİMELER VE ORDU İLİ ÖRNEĞİ

Salim KÜÇÜK*
Serdar SARAÇ**

Özet

Günümüzde yabancı kelimelerin artışına paralel olarak iş yeri tabelalarındaki Batı kaynaklı kelime sayısı da hızla artmaktadır. Türkçe olmayan, yabancılaşmış söz dizimlerinden oluşmuş bu tür adlandırmalar dilimizde yabancılaşmaya ve Türkçenin söz diziminde değişmelere sebep olmaktadır.

Bu çalışmada Ordu ilinde 2003-2004 yılları arasında açılmış toplam 1473 iş yeri adı Batı kaynaklı kelime kullanımı yönünden incelenmiş ve daha çok Fransızca, İngilizce, Yunanca ve İtalyanca kelimelere yer verildiği gözlenmiştir. Sanılanın aksine Ordu'da iş yeri adlarındaki yabancı kelimeler sıralamasında İngilizce değil Fransızca kelimelerin fazla olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Türkçe, İş yeri adları, Batı kaynaklı kelimeler, Dil politikası.

THE USE OF WESTERN-ORIENTED VOCABULARY AND THE CITY OF ORDU AS A SAMPLE

Abstract

We recently witness the rapid increase of foreign words at the signboards of our business sites and the penetration of foreign vocabulary through Turkish language. Such kind of namings which consist of non-Turkish compound words have caused estrangement and variations on the fixed word line of Turkish language.

During the process of an investigation carried out between the years 2003 and 2004 including 1473 business sites in total which are newly opened, it has been noticed that English, French, Greek and Italian

* Yrd. Doç. Dr., Ordu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü / sakucuk@hotmail.com

** Ordu Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü Öğrencisi.

words were priorly used for labelling at the signboards of so-called business sites. On the contrary of common sense, it has been seen that French was used more than English for the sake of foreign labelling.

Key Words: Turkish, the names of business sites, western-oriented words, the policy of language

GİRİŞ

Geçmişe bakılacak olursa dilini kaybeden milletlerin siyasi haritanın yanında kültür ve medeniyet haritasından da silindikleri görülür. "Tarih içinde devam etmenin de, hem kişinin hem de toplumun hayatını, hür, haysiyetli ve huzurlu bir dünya olarak algılayıp anlamının da göstergesi, dildir."¹ Bu nedenle bir ülkenin kendi sınırları içerisinde dil birliğini sağlaması kadar ona sahip çıkması, koruması, geleceğini güvence altına olması da bir o kadar önemlidir. Küreselleşme sürecinde bilgi, iletişim ve eğitim toplumu olma biraz da buna bağlıdır. Unutulmaması gereken bir diğer gerçek ise Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Türkçe ile adım atacağıdır. Ancak dünyadaki sanayi, iletişim ve kültürel alanlardaki gelişmelere paralel olarak dilimize gereken özeni gösterdiğimizi söylemek pek de mümkün görünmemektedir. Satışa sunulan ürünlere, yeme içme, giyinme, alışveriş, eğlence ve konaklama yerlerine verilen her yabancı ad, dilimizde çözülme, bozulma ve yabancılaşmaya zemin hazırlamakta, dolaylı olarak bireyler arasındaki bağ ve yakınlığın azalmasına, Türk soylu devletler ve Avrupa'da yaşayan vatandaşlarımızla aramızdaki kültürel ve dilsel bağın zayıflamasına neden olmaktadır. Türkçeye sahip çıkmak, geleceğini güvenilir ellere teslim etmek aynı zamanda bir yurttaşlık görevidir. Anayasamızın 3. maddesine göre devletimizin dili Türkçedir. Bu hüküm değiştirilemez ve değiştirilmesi teklif dahi edilemez. Ana dilimiz, ülke sınırlarımız içerisinde birlik ve bütünlüğümüzün vazgeçilmez ve yeri doldurulamaz bir parçasıdır.

Bugün, yurdumuzun her köşesinde yabancı ad taşıyan iş yeri tabelaları rahatsız edici boyutlara ulaşmış durumdadır.² Türkçeye giren yabancı kelime sayısına bağlı olarak iş yerlerine yabancı ad verme eğilimi de gün geçtikçe büyük şehirlerden başlayarak ilçelere ve kasabalara doğru hızla yaygınlaşmaktadır. Günümüzde artık içerisinde yabancı kelimeler bulunan cümleler kurmak kültürel anlamda bir sınıf atlama olarak algılanmakta, iş yeri adları ile

¹ Sadık Tural, "Türk Dili Konusunda Duyarlı Olmak", *Türk Dili*, 526, Ankara, 1995, s. 1067-1071.

² Sanem Alkibay, "Mağazalarda Yabancı İşletme Adı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma", *Türk Dili*, 538, Ankara, 1996, s. 415-422; Işıl Özyıldırım, "İşyeri Levhaları: İşlevsel Bir Yaklaşım", *Dil Dergisi*, 103, Ankara, 2001, s. 10-19.

ürün adlarının önemli bir kısmı yabancı sözcüklerden oluşmaktadır.³ Mesela Alkibay tarafından 1996 yılında Ankara'da hazır giyim kesimindeki iş yeri adları üzerine yapılan bir araştırmada işletme adlarının %24,4'ünün yabancı dilde olduğu ve bu iş yerlerinin %36'sının spor, %30'unun fantezi ürünler sattıkları, hedef kitle olarak gençleri ve kadınları seçtikleri, %55 oranında İngilizce kelimeleri iş yeri adı olarak tercih ettikleri tespit edilmiştir.⁴ Sözelimi Ulus'ta %49, Kızılay'da %33 olan Türkçe adların oranı Kavaklıdere ve Çankaya gibi semtlerde %3'e düşmektedir. Yine 1996 yılında Ankara'da Doğan⁵ tarafından Ulus, Kızılay ve Kavaklıdere semtlerinde yapılan sosyolojik içerikli bir diğer araştırmada öğrenim düzeyi yüksek iş yeri sahiplerinin yabancı adları daha çok tercih ettikleri gözlenmiştir. Özyıldırım⁶ tarafından Ankara'da yapılan başka bir araştırmada ise Tunalı Hilmi Caddesi'nde kullanılan tüm sözcüklerin %53'ünün yabancı kelimelerden oluştuğu sonucuna varılmıştır. Bunların dışında Konya'da 1922-2003 yılları arasında yayımlanan gazetelerde yer alan ilanlar üzerine kapsamlı bir çalışma yapan Sakaoğlu⁷ da tabelalarda kullanılan İngilizce kelimelerin artışına dikkat çekmiştir.

Bugün hem eğlence mekânı hem de ticari işletme olan sinemalarımızın bile adları tamamen Batı kaynaklı kelimelerden oluşmaktadır. İstanbul'daki sinema isimlerine bir göz atmak yeterlidir. Mayadrom, Atrium, Standart, Cinemax, Cinema 74, Alkazar, Movieplex, Pyramid, Prestige, Hollywood, Cinepol, Princess, Capitol, Cinemetro, Holideyplex, Carousel, Cinebay, Sinepop, Parliament CC, Cinemass, Broadway, Rex, Grandhouse, Cineplex Odeon.⁸

Ülke genelinde Türkçe bilincini uyandırmak için iş yerlerine Türkçe ad verenleri ödüllendirmek her ne kadar sembolik görünse de meseleye dikkat çekerek en azından sorunun çözümüne yardımcı olmaktadır.⁹ Bu hususta en önemli sorumluluk şüphesiz Türk Dil Kurumuna düşmektedir. Bilindiği üzere

³ Nevzat Özkan, "Yabancı Dillerin Türk Dili ve Kültürü Üzerindeki Etkileri", *Türk Dili*, 537, Ankara, 1996, s. 257-264; Zeynep Korkmaz, "Günümüzde Dil Yozlaşması" *Türk Dili*, 542, Ankara, 1997, s. 129-138; Mine Mutlu, "Türkçenin Yozlaşmasına Yakın Bir Gelecekte Dur Diyebilme Umuduyla", *Türk Dili*, 60, Ankara, 1997, s. 30-32; Cevdet Şanlı, "Edirne'de İş Yeri İsimleri Üzerine Bir Araştırma", *Türk Dili*, 567, Ankara, 1999, s. 191-194; Mehmet Doğan, *Yüzyılın Soykırımı*, İstanbul, 2004, s. 2; Feyza Hepçilingirler, *Türkçe "Off"*, İstanbul, 2000, s. 47; Kemal Ateş, *Öğretmediğimiz Türkçe*, İstanbul, 2000, s. 36; Saim Sakaoğlu, "Cumhuriyetten Günümüze Konya'da İş Yeri Adları", *Türk Dili*, 622, Ankara, 2003, s. 410-420; Fatin Sezgin, *Türkçede Batı Kaynaklı Kelimelerin Yoğunluğu*, Ankara, 2004, s. 102; Saim Sakaoğlu, "Türkçenin Güncel Sorunları", *Türk Dili*, 646, Ankara, 2005, s. 294-307.

⁴ Sanem Alkibay, agm., s. 415-422.

⁵ İsmail Doğan, *Sokaktaki Yabancı, İşyeri İsimlerine Yansıyan Kültürel Eğilimler*, İstanbul, 1999.

⁶ Işıl Özyıldırım, agm., s. 10-19.

⁷ Saim Sakaoğlu, age.

⁸ Feyza Hepçilingirler, *Dedim: "Ah!"*, İstanbul, 2003, s. 16.

⁹ İsmail Parlatur, "Sale'den İndirime", *Türk Dili*, 544, Ankara, 1997, s. 353-354.

dilimizin korunması, araştırılması, yabancılaşmanın önlenmesi, gelecek kuşaklara özünü yitirmeden aktarılması, ulusal bir dil politikası izlenmesi, uluslararası etkinliklerde çeşitli kurum ve kuruluşlarda bağlayıcı nitelikte bağımsızlığımızın bir göstergesi olarak dilimizin temsil edilmesi, toplumsal boyutta birleştiriciliğinin tescil edilmesi, teşvik edilmesi, geliştirilmesi, zenginleştirilmesi, yabancı kelimelere karşılıklar bulunması gibi hususlar kurumun öncelikli amaçları arasındadır. Ancak mesele iş yerlerine yabancı ad verme olduğunda hukuki olarak kurumun yasal bir yaptırım gücü bulunmamaktadır. Esasen TDK'ye düşen de bu konuda dil zaptiyeliği yapmak veya yaptırmak değil, Türkçeyi sevdirmek, ona sahip çıkma duyarlılığını arttırmak ve dilimizi yabancı dillerin boyunduruğundan kurtarmak için iş yerlerine Türkçe adlar vermeyi teşvik etmek ve bu davranışı yaygınlaştırmaktır.

Küreselleşme eğilimine rağmen AB ülkelerinin dahi dil konusunda son derece tutucu davrandıkları gözlenmektedir. Sözgelimi AB ülkelerinde tüketim maddelerine yabancı adlar verilmemekte, tabelalarda yabancı sözcükler kullanılmamakta ve dile saygı gösterilmektedir. Özellikle topluluk içerisinde bu konuda Fransa, Almanya ve Yunanistan'ın tavırları dikkat çekmektedir. Fransa'da, 1634 yılında kurulan bir çeşit Fransız Dil Kurumu niteliğindeki Fransız Akademisi günümüze değin tüzüğü ve amacı değişmeksizin Fransızcanın saygınlığını ve onu yabancı dillere karşı korumayı kendine görev edinmiştir. Yine Fransa'da Fransız aydınlarının çabalarıyla açılan kampanya sonucunda 4 Ağustos 1994 yılında yürürlüğe giren ve dönemin Kültür Bakanı Jacques Touban'un adıyla anılan 94-665 sayılı kanun, Fransız Ulusal Meclisi ve Senato tarafından Anayasa Konseyi'nin 29 Temmuz 1994 tarih ve 94-345 sayılı kararı dikkate alınarak kabul edilmiş, böylece Fransız dilinin korunması yasayla güvence altına alınmıştır.¹⁰ Bu kanunun birinci maddesi "Fransız dili, Fransız varlığının ve kişiliğinin temel bir unsurudur." ifadesine yer vererek Fransızca'yı Fransız milletiyle bütünleştirmiştir. Böylece reklamlarda, radyo ve televizyonda yabancı sözcük kullanılmasının önüne geçilmiştir. Yine bu kanunun 14. maddesine göre: "I.- Fransız dilinin zenginleştirilmesine yönelik mevzuat hükümlerinde öngörülen koşullarda kabul edilen aynı anlamda Fransızca bir sözcük veya deyim bulunduğu hâlde, yabancı sözcük veya deyimlerden oluşan bir sanayi, ticaret veya hizmet markasının kamu hukuku tüzel kişilerince kullanılması yasaktır." Ancak Fransız Millet Meclisi 1997 yılında Fransızca'yı "İngilizcenin İstilasından korumak için iş yerlerine Fransızcadan başka bir ad konamayacağına dair bir kanun çıkarmışsa da Fransa Yüksek Mahkemesi bu kararın anayasaya aykırı olduğunu söyleyerek uygulanmasını önlemiştir.¹¹

¹⁰ Fatin Sezgin, age., s. 120.

¹¹ Nejat Muallimoğlu, *Türkçe Bilen Aranyor*, Ankara, 1999, s. 71; İsmail Doğan, age., s. 129.

Fransa 5 Kasım 1992 tarihinde imzalanan "Avrupa Yerel veya Azınlık Dilleri Şartnamesi"ni 7 Mayıs 1999 tarihinde imzalamasına rağmen Cumhurbaşkanı Jacques Chirac Anayasa Mahkemesine başvurarak bu belgenin onaylanması için anayasa değişikliğine gerek olup olmadığını sormuş, Fransız Anayasa Mahkemesi 15 Haziran 1999 tarih ve 9-412 DC sayılı gerekçeli kararıyla ilgili şartnamenin Fransız Anayasasına aykırı hükümler taşıdığı sonucuna varmıştır. Anayasa Mahkemesi "... 1789 yılında yayınlanan İnsan ve Vatandaş Hakları Evrensel Beyannamesinin 'Düşünce ve inanç hürriyetinin hür bir biçimde icra edilmesi, insanın en değerli haklarından biridir. O hâlde her vatandaş, kanunla belirlenen sınırlar dâhilinde, serbest konuşmak, yazmak ve yayın yapmak hakkına sahiptir.' hükmünü amir 11. maddesinin, Fransız Anayasasının 'Cumhuriyetin resmî dili Fransızcadır.' hükmünü amir 2. maddesi ile bağdaştırılması gerektiğini belirtmiştir.

Anayasa Mahkemesi ayrıca, yukarıda kayıtlı hususlar muvacehesinde, kamu hukuku kapsamında değerlendirilen tüzel kişiler ile medeni hukuka göre değerlendirilen kişilerin kamu hizmeti icra ederken Fransızca'yı kullanmalarının bir zorunluluk olduğunu, vatandaşların kamu kurumları ile ilişkilerini yürütürken Fransızcadan başka bir dili kullanma hakkını ileri süremeyeceklerini, Fransızcadan başka bir dil kullanmaya da zorlanamayacaklarını, Fransız Anayasasının ikinci maddesinin tercüme kullanılmasını yasaklamadığını ifade etmiştir."¹²

Ülkemizde ise 1980 sonrası yoğunlaşan dildeki yabancılaşmayı önlemek amacıyla 1990'lı yıllarda Türkçeyi korumak için kurum bünyesinde bir "dil yasası" çıkarma girişiminde bulunulmuş, ancak tasarı kamuoyunda tartışmalarla neden olunca geri çekilmiştir. 2000 yılında zamanın milletvekillerinden Hasan Basri Üstünbaş'ın girişimi de başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Günümüzde yasal olarak, dilimizi korumaya yönelik çeşitli kesimlerde özel bir takım çalışmalar yürütülmektedir.¹³ Karaman Milletvekili Mevlüt Akgün ve Eskişehir Milletvekili Fahri Keskin TDK'nin katkılarıyla bir yasa teklifi hazırlamış bulunmaktadırlar. TDK bugün yasakçı bir politika izlemekten ziyade dilin kullanımıyla ilgili alanlardaki yasal boşlukların giderilmesinden yana bir tavır sergilemektedir.¹⁴

Karamanoğlu Mehmet Bey'in "divanda, dergâhta, bargâhta, mecliste meydana Türkçe" buyruğu günümüzde de geçerliliğini korumakla beraber, yıllardan beri dil bayramlarında seslendirilen iş yerlerine Türkçe adlar verilmesi

¹² Nevzat Gözaydın, "AB Tartışmaları Sırasında Almanya'daki Türkçe... veya Biz Nereye?", *Türk Dili*, 608, Ankara, 2002, s. 372-373.

¹³ www.turkcekampanyalari.org/, www.turkcan.org

¹⁴ <http://tdk.org.tr/basin/basin096.htm>

hususunda yerel idarelerimizin, özellikle belediyelerimizin önemli bir çoğunluğunun meseleye gereken özeni göstermediği de bilinen bir gerçektir.¹⁵

Ticaret ve Sanayi Odaları ile belediyelerimizin önemli bir kısmı “Türkçe olmayan yabancılaşmış söz dizimleri”nden oluşmuş iş yeri adlarının tescili konusunda gereken duyarlılığı göstermemekte, kendi bünyelerinde bir dil uzmanı dahi çalıştırmamakta ve bir yaptırım uygulamamaktadırlar. Oysa belediyelerimiz il genel meclisinde alacakları bağlayıcı nitelikteki bir kararla dilimizdeki bu kirlenmenin pekâlâ önüne geçebilirler. Yabancı isim kullanan iş yerlerinden Türkçe kullanımını özendirmek için iki katı vergi talebinde bulunabilirler. Karaman, Boyabat/Sinop, Turgutlu/Manisa, Afyon (1995, 2001), Konya (Ermenek), Kırşehir, Balıkesir (Gönen, Akçay), Kayseri (Kocasinan), Karayılan/Hatay, Ankara (Keçiören, Beypazarı), Tokat (Niksar, Erbaa), Yalova, Nilüfer/Bursa, Milas, Hisarcık/Kütahya, Burdur, Malatya, Amasya (Taşova), Fethiye, Çanakkale, Kahramanmaraş, Iğın, Denizli, Beldibi, Erzincan (Reşadiye), Karabük, Aydın, Cumapazarı, Giresun (Bulancak, Piraziz, Keşap, Dereli), İnegöl gibi il ve ilçelerimizde ilgili belediyeler, ticarethane ve benzeri kuruluşlara Türkçe isim kullanmaları, mahalle meydan, cadde ve sokaklara Türkçe isim verilmesi hususunda tavsiye kararı alarak meseleye sahip çıkmışlardır.

“Her ülkenin ortak bir dili, ortak bir yazısı vardır. Bugün Harf Devrimine sahip çıkmak yurttaşlık görevimizdir.”¹⁶ İşyerlerine yabancı adlar verilmesine ve 1353 sayılı yasaya göre Türk alfabesinde bulunmayan q, x, w harflerine karşı çıkmanın gerekçesi ortak dil, yani standart dildir. Bazı yazarların ima etmeye çalıştığı gibi azınlık ana dilleriyle ilgisi yoktur.¹⁷ “Kısacası, her dilde alıntı söz vardır, ama hiçbir dilde alıntı sözlerdeki farklı harfler için o dilin alfabesine yeni harf eklenmez.”¹⁸ Almanya, İngiltere, ABD gibi ülkeler de yabancı adları kendi alfabelerine uygun şekilde yazmakta ve alfabelerinde olmayan harfleri kullanmamaktadırlar. Sözelimi Alman alfabesinde ç, ğ, ö, ş, ü harfleri kullanılmamaktadır. İtalyancada x yoktur. Bazı Türk Cumhuriyetlerinde kullanılan q, x, w harfleri ise bilinenin aksine bu dillerde farklı sesleri karşılamaktadır.¹⁹

1 Kasım 1928 tarih ve 1353 sayılı Türk Harflerinin Kabul ve Tatbiki Hakkında Kanununun 2’nci maddesine göre “Devletin bütün daire ve müesseselerinde ve bilcümle şirket, cemiyet ve hususi müesseselerde Türk

¹⁵ Mustafa Öner, “Raftaki Türkçe”, *Türk Dili*, 616, Ankara, 2003, s. 410.

¹⁶ Sevgi Özel, *Dilimde Tüy Bitti*, İstanbul, 2006, s. 30.

¹⁷ Necmiye Alpay, *Dilimiz, Dillerimiz, Uygulama Üzerine Yazılar*, İstanbul, 2004, s. 21-23.

¹⁸ Şükrü Halûk Akalın, “Bitmeyen Tartışma Q, X, W...”, *Türk Dili*, 601, Ankara, 2002, s. 11.

¹⁹ Şükrü Halûk Akalın, agm., s. 11.

Harfleriyle yazılmış olan yazıların kabulü ve muameleye konulması mecburidir.” Aynı kanununun 4. maddesi ise “1928 senesi kânun-ı evvelinin iptidasından itibaren, hususi veya resmî levha, tabela, ilan, reklam ve sinema yazıları ile kezaik risale ve mecmuaların Türk harfleriyle yazılması mecburidir.” hükmünü içermektedir. Durum böyleyken içerisinde q, x, w gibi harfler içeren iş yeri adlarına göz yumulmakta, Atatürk’ün harf inkılabı belediyelerimiz tarafından bile bile istismar edilmekte, yasağı çiğneyen tabelalar hızla yaygınlaşmakta, ülkemizde yazım birliğine aykırı davranışlar çoğalmaktadır.²⁰ Bu hususta Çanakkale Belediyesi diğer belediyelerden farklı olarak alfabemizde bulunmayan harfleri taşıyan ve yabancı adlar kullanan iş yerlerine ruhsat vermeyeceğini, daha önce iş yerlerine yabancı ad vermiş iş yerlerinden de adlarını değiştirmelerini isteyeceğini karar altına almıştır. Dileğimiz bunun diğer illerde de örnek alınması ve yaygınlaşmasıdır.

İş yerlerine yabancı, özellikle Batı kökenli adlar verilmesi, dilde kültürel aşınmanın ulaşmış olduğu boyutu açıkça göstermektedir. Bunda şüphesiz sosyo-kültürel sebeplerin, uluslararası kültürel etkileşimin, iletişimin, yazılı ve görsel basının ve genel-ağın (internet) yanında, ekonomik gelişmelere bağlı olarak iş yeri sahiplerinin ticari kaygılarla hareket etmesinin (sürüm, para kazanma, rekabet, dikkat çekme, farklı ve çağdaş görünme, akılda kalıcılığı sağlama), modanın, siyasetin, sporun ve eğitimsizliğin de önemli bir payı bulunmaktadır.²¹ Popüler kültürün yönlendiriciliği ve özendiriciliğinin de etkili olduğu bu süreçte şüphesiz psikolojik etkenleri de dikkate almak gerekir. “Yabancı olan daha kalitelidir” şeklinde ifade edebileceğimiz bu anlayışta, iş yeri tabelası, tüketici üzerinde ikna edicilik gibi önemli bir rol oynamaktadır.²²

Sakaoğlu iş yerlerine yabancı adlar vermeyle ilgili toplumsal ve psikolojik etkenleri şöyle sıralamaktadır: “1. Yabancı ad taşıyan iş yerlerinden alışveriş yapmak daha havalı oluyor ve müşteriler için çekici geliyor. 2. Bu tür ad taşıyan iş yerlerinden alışveriş yapmak müşterileri farklı kılıyor. 3. Yabancı adı taşıyan yerlerden alınanların anlatılması sırasında alanın havası artıyor. 4. Oralara girerken ve çıkarken veya oralarda otururken görülmek alıcılar/tüketiciler için daha farklı oluyor. 5. Marka bağımlılığının yanında bu tür iş yerlerinden alışveriş yapmak da bağımlılık yapıyor.”²³

²⁰ Şükrü Halûk Akalın, “Adana’nın Şalgamı Nasıl ‘Shalgam Oldu?’, *Türk Dili*, 590, Ankara, 2001, s. 146-147; Sevgi Özel, age., s. 14, 30.

²¹ Sanem Alkibay, agm., s. 415; İsmail Doğan, age., s. 41, 110-112; Şükrü Halûk Akalın, agm., 2001, s. 145; Özlem Sarı, “Türkçe Kullanan İş Yerlerine Onur Belgesi”, *Türk Dili*, 626, Ankara, 2004, s. 183; Bedri Aydoğan, “Özentinin Yaygınlaştırdığı Yabancı Bir Sözcük: Trend”, *Türk Dili*, 628, Ankara, 2004, s. 303; Sevgi Özel, age., s. 32, 180.

²² Işıl Özyıldırım, agm., s. 14.

²³ Saim Sakaoğlu, agm., s. 418-419.

Teknolojik gelişmelerin, iletişimin, küreselleşmenin, reklam ve üretimin de teşvik ettiği bu süreçte, toplum olarak bizi üzen davranış, maalesef iş yeri sahiplerinin dile karşı gereken özeni göstermeyip yabancı kelimeler hususunda gereği gibi duyarlı davranmamalarıdır. Kısa vadede kazanç gibi görünen bu davranış, yeterli dil ve kültür bilinci oluşturulmadığında Türkçenin “toplum dili” olmasını sekteye uğratmakta; sosyolojik manada toplumda yabancılaşmaya zemin hazırlamakta ve dilimizin doğal gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla “bilim-öğretim dili” mücadelesinin yanında Türkçe bir de “toplum dili” olma mücadelesi vermeye zorlanmaktadır.²⁴ Çünkü “Bu alanda, Türkiye, üretim estetiği, kalitesi ve kendisinin yaratıp dünyaya tanıttığı modası gelişmedikçe, Türkçenin bir çekicilik taşımasını beklemek zor görünmektedir. Yabancı marka altında Türk ürünü henüz ağırlığını ve çoğunluğunu korurken ‘bu ürünlerin adını niçin Türkçe koymuyorlar, tabelalar niye Türkçe değil’ diye haykırmak ‘reel sektör’ü çok ilgilendirmemiş görünüyör.”²⁵

İş yeri adlarındaki Batı kökenli kelimeler, hem kirlenmeye yol açmakta hem de “yabancılaşmış özenti söz dizimleri”ni özendirerek Türkçenin söz dizimini bozmaktadır. Batı kaynaklı ve Türkçe kelimelerden oluşturulmuş *fordist çizgi, enformel kesim, regüle etmek, referanslar dizgisi, spekülasyon katılış, ekolojik denge, endemik türler, hijyenik sorunlar, kuvöz işleri* şeklindeki tamlamalar hızla yaygınlaşmaktadır.²⁶ Yediden yetmişe herkes “Türkçe yabancı dillerin boyunduruğundan kurtarılmalı, zenginleştirilmeli ve bir medeniyet dili hâline getirilmelidir.” görüşünü savunmakla beraber, bu konuda gerekli girişimler bir türlü uygulamaya dönüşmemektedir. Konuyla ilgili olarak her kesimde “devletin irade ve istemi”ne ihtiyaç duyulduğu ifade edilirken bunun nasıl olacağı hususu bir türlü netleştirilememekte, yasal ve yasal olmayan bir takım çözüm yolları tez olarak sunulmakta ve zihin jimnastiğinden bir türlü uygulamaya dönüşmeyen bu davranışlar “Sokaktaki Yabancıya Hayır Deme” sloganından ileriye gidememektedir.²⁷ Bu nedenledir ki iş yerlerine verilen Batı kökenli kelimelerin engellenebilmesi ve dilimize zarar verici bu toplumsal davranışın ortadan kaldırılabilmesi için yeni anlayış ve kalıcı uygulamalara ihtiyaç duyulmaktadır.

²⁴ Mustafa Öner, agm., s. 410.

²⁵ Mustafa Öner, agm., s. 411.

²⁶ Kemal Ateş, age., s. 39.

²⁷ İsmail Doğan, “Sokaktaki Yabancıya Hayır Deme ya da Türkçeye Sahip Çıkma Kolaylığı”, *Türk Dili*, 623, Ankara, 2003, s. 700-704.

Bu çalışmada Ordu ilinde 2003 ile 2004 yıllarında açılan iş yerlerine verilen batı kökenli kelimeler ve bunların kullanım özellikleri üzerinde durularak mesele somutlaştırılmaya çalışılacaktır.

Ordu İli ve İş Yeri Adları

Ordu’da 2003 yılında 510, 2004 yılında 863 iş yeri açılmıştır.²⁸ İş yerlerine verilen batı kökenli kelimelerde ağırlık; sırasıyla Fransızca, İngilizce, Yunanca ve İtalyancadır. Açılan toplam 1473 iş yerinde Almanca 1 (dizel), Slavca 1 (kral) ve eski Yunanca yani Helence 2 özel ada (Vona, Cotyora) rastlanmıştır.

Batı kaynaklı kelimeler sıralamasında birinci sırada Fransızca gelmektedir. Ordu’da bazı iş yeri adları *Telefon Teknik, Bulvar Büfe, Şans Gişe, Salon Santra, Stil Kuaför, Sinema Büfe, Otogar Büfe, Sistem Elektrik* gibi tamamen Fransızca kelimelerden oluşmaktadır. Genel olarak iş yerlerinin önemli bir kısmında Fransızca isimler kullanılmıştır. Bunları şöyle sıralayabiliriz: *Alo, granit, kuaför, naturel, müzik, salon, volkan, maraton, oto, ekol, aktif, disko, elite, karizma, servis, klas, detay, organizasyon, imaj, as, kuzen, garanti, atölye, onur, pansiyon, mini, favori, imaj, net, aktüel, stil, garaj, kare, galeri, piramit, lüks, kordon, büfe, konfeksiyon, elektronik, restaurant, şarküteri, tekstil, butik, elektrik, otel, aksesuar, kurs, doktor, dekorasyon, reklam, ambalaj, piknik, motor, ganyan, kristal, süper, büro, otomotiv, teknik, şömine, restoran, metal, tur, korniş, triko, kompresör, optik, beton, bobinaj, fön, palas, bijuteri, ortopedi, Turkuaz, Amazon, modern, kozmetik, crepe, anatomik, otobüs, bisiklet, lokal, medyum, bulvar, şans, gişe, santra, sinema, otogar, collection.*

İş yeri adlarında Fransızca kelimeleri, sayısı daha az olan İngilizce kelimeler izlemektedir: *Bar, market, shop, jeans, cafe, shoes, kafeterya, center, internet, egzoz, eksoz* (doğrusu egzoz), *medikal, digital, video, spot, CD, pub, fast food, land, kargo, fiesta, flaş, rose, star, carland, kampüs, people, number one, twin, lider, park, milkway, the, best, Atlantik, elite, Dallas, Wella, trendy, vip, test, Ford, color, polyester* gibi.

Ancak tamamı İngilizce kelimelerden oluşan iş yeri adları, Fransızcaya göre daha fazladır. *Baggage, Angel, Shoes, Fa-Mode, Cinevizyon, Diva, By-Modeks, Fresh Car, Bekoict-Keysmart, Moonlight İnternet Cafe, Cafe-İN,*

²⁸ Serdar Saraç, *2003-2004 Yılları Arasında Ordu’da Açılan Ticarethane ve İşyerlerine Verilen İsimler ve Özellikleri*, Lisans Tezi, OMÜ, Ordu Fen-Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Danışman: Yrd. Doç. Dr. Salim KÜÇÜK. Ordu 2005.

Vizontele, Life Cafe, Techno İnternet Cafe gibi. Ordu sokaklarını gezdiğimizde rastladığımız *İntel İnternet Cafe, Image Center, Modex Jeans, Jovi Jeans Wear, Balerino Shoesland, Star Show 52, Puffy Center, Red Rose, Este Life, New Man, Free Shop, Hobby Center, Podyum Leather Shop, Sunset Game Center* gibi iş yeri adları İngilizcenin sokaktaki varlığını açıkça onaylamakta ve gelecekte tamamı İngilizceden oluşmuş iş yeri adı sayısının artacağına işaret etmektedir.

Batı kökenli kelimeler sıralamasında üçüncü sırada Yunanca gelmektedir. *Fırın, pide, kundura, Olympos, foto, mega, yakamoz, fidan, Melis, fiçi, ızgara, kestane, marangoz, Troya, ihlamur, yalı, mandıra* gibi Yunanca asıllı olup dilimize yerleşmiş ve Türkçeleşmiş bu kelimeler Fransızca veya İngilizce kelimeler gibi bizi aşırı ürkütmemektedir. Çünkü önemli bir kısmı Türkçeye mal olmuş, yabancı oldukları neredeyse unutulmuş, halkın diline yerleşmiş kelimelerdir.

İş yeri adlarında kullanılan İtalyanca kelimeler de bu manada Yunanca adlardan pek farklı değildir. Başlıcaları şunlardır: *Lokanta, mobilya, berber, makine, Turka, bilardo, pasta, bira, Bruno, kalafat, moda, marti, kaporta, torna, manifatura, Valentino*. Günlük hayatta sıkça kullandığımız bu kelimeler Yunanca adlar gibi dilimize yerleşmiş, bazıları Arapça ve Farsça kökenli kelimeler gibi Türkçenin malı olmuş kelimelerdir. Türkçenin ses ve yapısına uydurularak dilimize ödünçleme yoluyla giren bu kelimeleri alıntı sözler (Lehnwort, Loanword) olarak adlandırmak daha uygundur. Bugün, bu kelimeleri Türkçe kelimelerden ayırt etme imkânı yoktur. Yaşayan Türkçenin ayrılmaz bir parçasıdır.²⁹ “Her dil bir ölçüde melezdür. Her dil mutlaka başka dillerden bazı alıntılar yapmıştır, ödünç kelime almıştır. Sorun bunun ölçüsünü kaçırmamaktır.”³⁰

Ordu’da 2003-2004 yıllarında açılmış iş yeri adlarını, Batı kökenli kelime kullanımında söz dizimi yönünden incelediğimizde, iş yeri adlarının en az bir, en fazla yedi kelimededen oluştuğu görülmektedir.

a. Bir Kelimededen Oluşan İş Yeri İsimlerinde Kelime Dizilimi

Fransızca/İngilizce/İtalyanca

b. İki Kelimededen Oluşan İş Yeri İsimlerinde Kelime Dizilimi

Arapça + İtalyanca/İngilizce/Yunanca; Arapça/İngilizce/İtalyanca/
Yunanca + Fransızca; Farsça + Fransızca/İtalyanca/İngilizce/Yunanca;

²⁹ Zeynep Korkmaz, “Türkiye Türkçesinde Yazı Diline Girmiş Günlük Yaşamla İlgili Alıntı Sözler ve Ekler”, *Türk Dili*, 620, Ankara, 2003a, s. 121.

³⁰ Talât Sait Hâlmân, “Türkçe için ‘Millî Misak’ Dilimiz Konusunda Çağrılar”, *Türk Dili*, 541, Ankara, 1997, s. 7.

Fransızca + İngilizce; Fransızca/İngilizce + Yunanca;
Fransızca/İngilizce/İtalyanca/Yunanca + Türkçe;
Fransızca/İngilizce/Yunanca + Arapça; Fransızca/İngilizce/Yunanca +
İtalyanca; Fransızca/İtalyanca/Yunanca + İngilizce; Fransızca/Yunanca
+ Farsça; İngilizce + Arapça; İngilizce + Yunanca;
İngilizce/İtalyanca/Yunanca + Fransızca; İtalyanca +
Fransızca/İngilizce; Türkçe + Fransızca/İtalyanca/İngilizce/Yunanca;
Yunanca + Fransızca/İtalyanca/İngilizce; Kısaltılmış Kelime +
Fransızca/İtalyanca/İngilizce/Yunanca.

c. Üç Kelimededen Oluşan İş Yeri İsimlerinde Kelime Dizilimi

Arapça + Farsça + İngilizce; Arapça + Fransızca + Farsça; Arapça +
Fransızca + İngilizce; Arapça + Fransızca + İtalyanca; Arapça +
İngilizce + Türkçe; Farsça + Arapça + Fransızca/İtalyanca; Farsça +
Fransızca + Arapça; Farsça + İngilizce + Fransızca; Farsça + İngilizce
+ Türkçe; Farsça + Türkçe + Fransızca/İngilizce; Fransızca + Arapça +
Farsça; Fransızca + İngilizce + Arapça; Fransızca + İngilizce +
Arapça; Fransızca + İtalyanca + Farsça; Fransızca + İtalyanca +
Farsça; Fransızca + Türkçe + Farsça; Fransızca + Türkçe +
İngilizce/Yunanca; Fransızca + Türkçe + Yunanca; Fransızca/İngilizce
+ Türkçe + Arapça; Fransızca/İngilizce/Yunanca + Türkçe +
Fransızca/İngilizce/Yunanca; İngilizce + Fransızca + İtalyanca;
İngilizce + Fransızca + Türkçe; İngilizce/İtalyanca + Fransızca +
Türkçe; İtalyanca/İngilizce + Fransızca + Türkçe;
İtalyanca/İngilizce/Yunanca + Türkçe + Fransızca; Türkçe + Arapça +
İtalyanca; Türkçe + Farsça + Fransızca; Türkçe + Fransızca
/İtalyanca/İngilizce/Yunanca + Türkçe; Türkçe + Fransızca + Arapça;
Türkçe + Fransızca + İngilizce/İtalyanca; Türkçe + Fransızca +
İtalyanca/İngilizce; Türkçe + Fransızca/İtalyanca + Farsça; Türkçe +
İngilizce/İtalyanca/Yunanca + Fransızca; Yunanca + Arapça +
Fransızca; Yunanca + Türkçe + Fransızca/İtalyanca/İngilizce;
Yunanca/İngilizce/İtalyanca/Slavca + Türkçe +
Fransızca/İngilizce/İtalyanca/Yunanca; Kısaltılmış Kelime + İtalyanca
+ Fransızca; Kısaltılmış Kelime + Türkçe + Yunanca/Fransızca;
Kısaltılmış Kelime + Fransızca + Arapça.

ç. Dört Kelimededen Oluşan İş Yeri İsimlerinde Kelime Dizilimi

Arapça + Farsça + Arapça + İngilizce; Arapça + Türkçe + Fransızca +
İngilizce/İtalyanca; Arapça + Türkçe + Fransızca + İtalyanca; Farsça +
Fransızca + Türkçe + Arapça; Farsça + Türkçe + Fransızca + Türkçe;

Türkçe + Arapça + Farsça + Fransızca; Türkçe + Arapça + İngilizce + Türkçe; Türkçe + Arapça + Türkçe + Fransızca; Türkçe + Fransızca + Arapça + Farsça; Türkçe + Fransızca + Farsça + Arapça; Türkçe + Fransızca + İtalyanca/İngilizce + Türkçe; Türkçe + Fransızca + Türkçe + Fransızca; Türkçe + İngilizce + Arapça + Türkçe; Türkçe + İtalyanca + İngilizce + Arapça; Türkçe + Yunanca + Arapça + Fransızca; Kısaltılmış Kelime + Fransızca + Türkçe + Fransızca.

d. Beşten Fazla Kelimeden Oluşan İş Yeri İsminde Kelime Dizilimi

Farsça + Arapça + Türkçe + Farsça + Yunanca + Fransızca

Genel olarak iş yeri adları mesleklere göre değerlendirildiğinde, *berber* kelimesinin yerini *kuaföre* bıraktığı, *dükkânın* *markete* veya *şarküteriye*, *lokantanın* *restorana*, *kıraathanenin* *salona* dönüştüğü; *büfe*, *market*, *şarküteri*, *kuaför*, *kahvehane/kıraathane (salon)* *pub*, *bar* gibi gıda ve içki tüketimine yönelik iş yeri sayısında önemli miktarda artış olduğu görülmektedir. Türkçe aşevinin veya aşhanenin önce *lokantaya*, sonra *restoran* veya *restauranta*; bakkalın zamanla *markete* dönüşmesinde itibar ve incelik çabasının, yani ölçünlü dilin topluma yönelik açık saygınlıktan yararlanma anlayışının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu, kabile dilleri dışında, gelişmiş bütün dillerde görülen bir tutumdur. Sözelimi İngilizcede *hairdresser* yerine *cosmetologist* veya *newsman* yerine *information scientist* kelimelerinin kullanılması gibi.³¹ Şüphesiz televizyon filmlerinin, radyo dilinin, çeviri kitapların, yabancı dille yapılan eğitimin de dil aşınması olarak karşılayabileceğimiz ödünç anlam alımında önemli bir payı bulunmaktadır. Kültürün taklit edilmesi ister istemez dil mantığında da değişime neden olmaktadır. İngilizce *police station* yani *polis istasyonu* ifadesinin Türkçe *karakol* kelimesinin kullanım alanını daraltması buna örnek gösterilebilir.³² Kaçınılmaz olarak teknolojik ve ekonomik gelişmeler bu tür değişimleri gittikçe hızlandırmaktadır.

Bütün bu gelişmeler ışığında Batı kaynaklı kelimelerden oluşan karma iş yeri adları artık sokak ve caddelerimizin dolayısıyla ülkemizin önemli bir gerçeği hâline gelmiştir. Bir örnek vermek gerekirse Tunalı Hilmi Caddesi'nde kullanılan 314 iş yeri tabelasından 130 tanesi tamamen yabancı sözcüklerden oluşmaktadır.³³ *Favori Collection*, *Crepe Cumpir Center*, *Anatomik Dental*, *The Best Erkek Kuaförü*, *Olympos Cafe*, *Mega Center*, *Number One Internet Cafe*,

³¹ Fatin Sezgin, age., s. 91-92.

³² Ahmet Akçataş, "Türk Dilinde Ödünç Anlam Alımı", *Türk Dili*, 613, Ankara, 2003, s. 46, 48-49.

³³ İşil Özyıldırım, agm., s. 14.

Bruno Shop, *Foto Star* gibi adların yaygınlaşması, tatil yerlerindeki otel adlarının tamamen yabancı kelimelerden oluşması sokaktaki yabancıyı sevindirirken ne yazık ki bizi endişelendirmektedir.³⁴ "Bugün Türkiye'ye gelen bir yabancı, havaalanına indiği andan başlayarak dolaştığı büyük şehirler ve kıyı şeridinde gezinirken hangi ülkenin sınırları içinde olduğunu anlayamaz ve kavrayamaz hâle gelmiştir. Büyük şehirlerde öyle yerler ve muhitler vardır ki, oralarda bir Türk, kendisini Türkiye'de değil de yabancı bir ülkedeymiş duygusuna kaptırabilmektedir."³⁵ Devlet dili Türkçe tatil beldelerinde neredeyse tabela ve levhalardan yani sokaktan kovulur hâle gelmiştir.³⁶ "Köy, kasaba adları, bildik yerlerin adını taşıyan yol levhaları da olmasa kendinizi yabancı bir ülkede tatil yapan Türk turist gibi hissedebilirsiniz."³⁷

Dilimize Yansıyan Olumsuz Yönler

Dilimize yabancı kelimelerin yerleşmesinde en önemli husus söz dizimine aykırı bir takım yanlış kullanımların hızla yaygınlaşmasıdır. Türkçenin söz diziminde yardımcı unsur başta, asıl unsur sondadır. Bu, ad ve sıfat tamlamaları için de geçerlidir. *Foto Işık Digital*, *Foto Doğuş Color* gibi iş yeri adları Türkçenin tamlama yapısına aykırıdır. Sadece birleşik fiil ile edat grubunda ana unsur başta bulunabilir.³⁸ *Foto Doğuş* yapı yönünden *Doktor Murat*, *Hemşire Selma*, *Berber Mustafa* gibi bir birleşik ad grubu değildir. Çünkü *foto* kelimesinin manası Türkçe Sözlük'te fotoğrafın kısaltılmış (isim) şekli³⁹ ve Yunanca ışık (isim)⁴⁰ olarak açıklanmaktadır. *Foto Doğuş* adlandırmasında *foto*'dan kasıt fotoğrafıdır. Dolayısıyla *foto* kelimesi bu hâliyle *doktor*, *hemşire*, *berber* gibi bir meslek ifade etmemektedir. Eğer *Foto Doğuş Color* adlandırmasında vurgulanmak istenen *Foto Doğuş* ise bunun dilimizdeki tam karşılığı *Fotoğrafçı Doğuş*'tur. Türkçede -ci isimden isim yapma ekinin birinci görevi meslek ismi oluşturmaktır. *Bekçi*, *fırıncı*, *saatçi*, *biletçi* gibi.⁴¹ Bu nedenle *Doğuş* isminden sonra bir de *Color*'un veya *Işık*'tan sonra *Digital*'in eklenmesinin söz dizimi açısından bir mantığı yoktur ve gereksizdir. Ancak iş yeri adlarında *Fotoğrafçı* yerine *Foto* yazımı yanlış olmakla beraber gittikçe

³⁴ Bedri Aydoğan, "Türkçeye Giren Yabancı Sözcükler ve Otel Adları", *Türk Dili*, 596, Ankara, 2001, s. 147-150.

³⁵ *Türk Dili Dergisi*, Ankara, 1996, s. 1357.

³⁶ Aysel Ceyhan, "Kuşadası'nda Türkçe", *Türk Dili*, 568, Ankara, 1999, s. 339-340.

³⁷ Feyza Hepçilingirler, age., s. 196.

³⁸ Leylâ Karahan, *Türkçede Söz Dizimi*, Ankara, 2004, s. 40.

³⁹ *Türkçe Sözlük*, Ankara, 1988, I, s. 513.

⁴⁰ *Türkçe Sözlük*, Ankara, 2005, s. 715.

⁴¹ Muharrem Ergin, *Türk Dil Bilgisi*, İstanbul, 1984, s. 157; Tuncer Gülensoy, *Türkçe El Kitabı*, Ankara, 2000, s. 369.

yaygınlaşmakta ve *fotoğrafçı* kelimesini unutturup anlam kaymasına uğrayarak meslek bildiren bir şekle dönüşmektedir.

Ad tamlaması şeklindeki kimi iş yeri adlarında ise ilgi ve iyelik eklerinin düşürülmesiyle yanlış, yeni yapılar elde edilmektedir. Daha çok yer adlarında ve yemek adlarında yaygın olan bu anlayış günümüzde iş yeri adlarına da yansımış durumdadır.⁴² *Restoran Bekir, Konya Han, Hitit Möble, Balık Market* gibi.⁴³ Belirtisiz ad tamlaması şeklinde oluşturulmuş iş yeri adlarında iyelik ekinin (ı-i) düşürülmesine (ses düşmesi) yanlış da olsa 1934'lü yıllarda dahi rastlanmaktadır.⁴⁴ *Adalet Han, Poyraz Otel* gibi. Bunların doğrusu *Adalet Hanı, Poyraz Otel'i*'dir. Geçen onca yıla rağmen maalesef bu yanlış yazım özellikle otel isimlerinde devam etmektedir.

Diğer yandan *Ogün Büfe, Erdağ Lokanta, Engin Bookshop* gibi yazımlar da Türkçenin yapısına aykırıdır. Bunların doğrusu aslında *Ogün'ün Büfesi, Erdağ'ın Lokantası ve Engin'in Bookshop'u* olmalıdır.⁴⁵ Yine iş yeri adlarındaki bir diğer yanlışlık kendini tamlayanla tamlananın yer değiştirmesi şeklinde göstermektedir. *Kuaför Altın Makas, Club Spor, Otel Best, Hotel Palas, Ezane Fırat, Foto Kiray* gibi.⁴⁶ Korkmaz⁴⁷ haklı olarak bu tür yazımlarda yine de bir iyelik bağlantısı olduğunu ileri sürmektedir. Esasen dilimizde ilgi kurmak ad tamlamalarının yapısında vardır.⁴⁸ Ancak yabancı dillerden ve özellikle İngilizceden alıntı veya çeviri yoluyla birebir dilimize giren ve yerleşen bu yanlış söz dizim örneklerine karşı çıkmamızın sebebi dilimizin yapısına zarar vermeleri ve gün geçtikçe çoğalmalarıdır.

Türkiye'nin her yerinde olduğu gibi Ordu'daki iş yeri adlarında da bu tür kullanımlara sıkça rastlamak mümkündür. Mesela; *Şelale Market, Yağmur Mobilya, Salon Damla, Aydoğan Bobinaj, Gözde Kuaför, Emek Fırın, Moda Tekstil, Kuzey Elektrik, Foto Modern* gibi. Bu yapıdaki adlandırmaların büyük bir kısmı iş yeri sahiplerinin iş yerine adını veya soyadını vermesiyle veya

⁴² Mehmet Özmen, "İsim ve Sıfat Tamlamalarındaki Bozulmalar Üzerine" *Türk Dili*, 586, Ankara, 2000, s. 357.

⁴³ M. Kaya Bilgegil, *Türkçe Dilbilgisi*, İstanbul, 1984, s. 127; Muharrem Ergin, *Türk Dil Bilgisi*, İstanbul, 1998, s. 384; Kerime Üstünova, "Ad Tamlaması-İyelik Öbeği Ayrımı", *Türk Dili*, 641, Ankara, 2005, s. 423.

⁴⁴ Bedri Aydoğan, agm., s. 151; Hamza Zülfiyar, "Doğru Yazılım Doğru Konuşalım: Projeksiyon, mesai saatleri, çalışma saatleri, Emirdağ, Emir Dağı, Elmadağ, Elma Dağı, C vitamini üzerine.", *Türk Dili*, 629, Ankara, 2004, s. 432.

⁴⁵ Metin Karaörs, "Yozlaşma Türkçemizi De Kemiriyor", *Türk Dili*, 571, Ankara, 1999, s. 610.

⁴⁶ Mehman Musaoğlu, "Yazı Dilinde Pürizm, Alıntı Kelimeler ve Dil Kültürü", *Türk Dili*, 544, Ankara, 1997, s. 368; Işıl Özyıldırım, agm., s. 16; Zeynep Korkmaz, *Türkiye Türkçesi Grameri*, Ankara, 2003b, s. 274; Hamza Zülfiyar, agm., s. 432; Kerime Üstünova, agm., s. 423.

⁴⁷ Zeynep Korkmaz, "Türkçenin Yapı ve İşleyiş Özelliklerine İlişkin Değerlendirmeler Üzerine", *Türk Dili*, 648, Ankara, 2005, s. 499.

⁴⁸ Vecihe Hatipoğlu, *Türkçenin Sözdizimi*, Ankara, 1972, s. 7.

kişisel tercihle oluşmaktadır. Her iki unsuru ad olmakla beraber, ne ad ne de sıfat tamlaması şeklindeki bu yeni yapılar Türkçenin söz dizimine uygun değildir. Bunun gibi *Fedakâr Erkek Kuaförü Salonu* adlandırmasında *kuaför* kelimesinden sonra *salon* kelimesine niçin ihtiyaç duyulduğunu veya *Ezmi Şarküteri Bakkal* adlandırmasında şarküteriyle *bakkal* kelimesinin art arda gelişinin gerekçesini de açıklamak mümkün değildir. *Kot Doktoru* adlandırmasında ise *jeans, blue jeans* kelimesinin Türkçe karşılığı olan *kot* kelimesiyle *doktor*'un bir araya getirilişini ancak yaratıcı zekâyla açıklayabiliriz.⁴⁹

Bu çalışmada bizi şaşırtan en önemli sonuç iş yeri adlarında İngilizce yerine, çoğunlukla Fransızca kelimelerin kullanılması olmuştur. Ancak gözden kaçırılmaması gereken husus genel olarak Türkçede İngilizce diye tahmin ettiğimiz bu kelimelerin önemli bir kısmının Fransızca kökenli olduğu ve İngilizceye sonradan geçtiğidir. Doğan⁵⁰ bu tür kelimelerin İngilizce sözlükteki oranını %15 olarak belirtmektedir. Fransızca asıllı bu kelimeler aslında İngilizceye, Fransız/Norman istilası döneminde girmiştir. Bizim bu kelimeleri ilk gördüğümüzde İngilizce olarak algılamamız tamamen bir yanlışdan ibarettir.

Nitekim Korkmaz, sözlüklere dayalı olarak yaptığı bir çalışmanın sonucuna dayanarak Türkçeye giren Batı kaynaklı yabancı kelimelerin %70'inden fazlasını Fransızca kelimelerin oluşturduğunu ifade etmektedir.⁵¹ Yine Sezgin tarafından 82 romancımızın 562 eserinden alınan örnek metin parçalarından hareketle Türkçeye giren batı kaynaklı kelimeler üzerine yapılan bir diğer araştırmada yabancı kelimeler içerisinde birinci sırada yer alan Fransızca'nın oranı %45 olarak tespit edilmiştir.⁵²

Yabancı kelimelerin sayısının artmasına, farklı dillerde, farklı şekillerde tepki gösterilmiştir. Mesela Fransızlar son yıllarda dillerinin çok sayıda İngilizce kelime tarafından istila edilmesini eleştirmek için *Français*, Almanlar *Denglisch* kelimesini türetirken, bizde Avustralya'da yaşayan yazarlarımızdan Alev⁵³ *Turkish*, Eren⁵⁴ Türkçe ve İngilizce'nin birleşimi olarak *Tingilizce*, Sezgin⁵⁵ ise *Frantürkilizce* kelimelerini kullanmıştır.

⁴⁹ Hasan Eren, "Jeans, Blue Jeans Derken.... Kot", *Türk Dili*, 627, Ankara, 2004a, s. 195-197.

⁵⁰ Mehmet Doğan, age., s. 295.

⁵¹ Zeynep Korkmaz, agm., s. 124.

⁵² Fatin Sezgin, age., s. 9, 27.

⁵³ N. Bilâl Şimşir, "Avustralya Türk Edebiyatında İngilizce Sözcükler Üzerine", *Dil Dergisi*, 48, Ankara, 1996, s. 62.

⁵⁴ Hasan Eren, "Français ve Denglisch'ten Sonra", *Türk Dili*, 633, Ankara, 2004b, s. 208.

⁵⁵ Fatin Sezgin, age., s. 7.

Sonuç

Hayatımızın bir parçası olan iş yeri adlarının Türkçenin aleyhine dilimizi tehdit eder hâle gelmesinde Batı kaynaklı kelimelerin terim, cins isim ve özel ad şeklinde hızla yaygınlaşmasının ve kullanım alanlarının genişlemesinin önemli bir katkısı bulunmaktadır.⁵⁶ Bu durum kelime hazinesinin zenginleşmesi yönünden olumlu gibi görünse de aslında zararlıdır. Bu noktada karşıt görüş olarak: “İş yeri levhalarındaki yabancı sözcük etkisinin dillerin ve kültürlerin birbirleriyle olan etkileşimi, bilgi ve teknoloji alışverişi sonucu ortaya çıktığı düşünülürse ödünç sözcük kullanımından tamamen arınmak olanaksız görünmektedir. Çünkü dil yaşayan bir olgudur ve değişmesi kaçınılmazdır.” görüşü dile getirilebilir.⁵⁷ Ancak doğrusu bu kavramların varsa dilimizdeki Türkçe karşılıklarının kullanılmasıdır. “Dilde yalnızca karşılık bulunamayan yabancı sözcükler kalmalıdır.”⁵⁸ Sözelimi yön, yönelim, yöneliş, yönelme, doğrultu, gelişme yönü, tarz, seyir ve eğilim varken trend kelimesine ihtiyaç yoktur. Kaldı ki dilimizde *trend* kelimesine karşılık olarak elli altı kelime bulunmaktadır.⁵⁹ Dolayısıyla bunlardan vazgeçip yalnız *trend* kelimesiyle yetinmeye kalkışmak dilimizi kısırlaştırmak ve yoksullaştırmak demektir.

İş yeri adlarında geçen Batı kökenli kelimelerin sayıları artmakta, yanlış kullanımları dilimize zarar vermekte ve tamamı Batı kökenli kelimelerden oluşmuş iş yeri adları hızla çoğalmaktadır. Şüphesiz burada *Marks & Spencer, Mc Donald's, Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Adidas, Pierre Cardin, Migros, Renault, Rodi, Seven Hill, Stefanel, Park Bravo* gibi markalaşmış veya herkesçe bilinen ünlü mağazalar zinciri türündeki iş yeri ve yabancı şirket adlarının tasfiye edilmesinden söz etmiyoruz. Çünkü “ülkemizde üretilen markalaşmış isimler de dünyanın her ülkesinde bizdeki ismi ile tanınmakta ve satılmaktadır.”⁶⁰ Bunların içerisinde *Beğendik, Arçelik, Ayakkabı Dünyası, Canerler, Altın Yıldız, Paşabahçe, Pınar, Ülker, Eti...* gibi Türkçe kullanımı açısından güzel örnekler de var. Dileğimiz bunların daha da yaygınlaşması.

Ordu ilimiz de Türkiye'nin diğer illerinde olduğu gibi dil kirlenmesinden ve kültürel yozlaşmadan nasibini almış görünmektedir. Güzel adların yanında kötü üretilmiş, uygun olmayan kelimelerden oluşmuş, Türkçenin söz dizimine aykırı iş yeri adları dolaylı olarak kimlik bunalımına zemin hazırlamaktadır.⁶¹ İş

⁵⁶ Halil Ersoylu, “Batı Kaynaklı Kelimelerin Kullanımında Alan Genişlemesi”, *Türk Dili*, 586, Ankara, 2000, s. 332.

⁵⁷ Işıl Özyıldırım, agm., s. 17.

⁵⁸ Zeynep Korkmaz, agm., s. 127.

⁵⁹ Bedri Aydoğan, agm., s. 33-313.

⁶⁰ Arzu Sema Ertane Baydar, Turgut Baydar, “Bu Kadarı Da Fazla: Erzincan Tabelaları”, *Türk Dili*, 640, Ankara, 2005, s. 361.

⁶¹ Zeynep Korkmaz, agm., s. 138.

yeri adlarında Batı kaynaklı yabancı kelimeleri tercih eden bu anlayış, bir yandan da eski Yunan ve Roma yer adlarına dönüşü özendirir.

Kendi dilimizi kucaklamak yerine onu dışlamaya yönelen bu davranış, kısa vadede millî değerlerin zayıflamasına yol açmaktadır. Bundan dolayıdır ki “Hangi nedenle tercih edilirse edilsin dil kirlenmesine ve farklı tanımlamalara yol açan bu akımın, Türk Dil Kurumunun öncülüğünde, kişilerin kendini ifade edebilme özgürlüğüne aşırı sınırlama getirmeksizin, güzel Türkçenin kullanılmasına ve yerleştirilmesine ortam yaratılarak, uygulama dışı bırakılması gerekmektedir.”⁶² Bunun yanında hem tüketiciyi, hem dilimizi yabancı dillerin olumsuz etkilerine karşı korumak için Türkçe adlar vermeyi toplumsal bir alışkanlık hâline getirmemiz ve dille ilgili kuruluşlara bu konuda gündem oluşturmaları için yardımcı olmamız ve Türkçe düşünmeyi bir yaşam biçimine dönüştürmemiz gerekmektedir. Çünkü Türkçe düşünenler azaldıkça ve biz kendimize yabancılaştıkça ister istemez Türkçenin söz dizimi de bozulmaktadır.⁶³ Ülkemizde bu konuda mutlak surette ulusal bir politikaya ihtiyaç duyulmaktadır.

Millet olmanın temel ve vazgeçilmez unsurlarından dilimize, alfabemize, kısaca kendi kimliğimize sahip çıkmak temel görevimizdir. Çünkü, dil tıpkı vatan, bayrak ve ulusal marş gibi sosyal, siyasal ve kültürel manada bir bağımsızlık göstergesidir. Gücünü birleştiriciliğinden alır. Ait olduğu toplumun fertlerini birbirine kenetler ve onları kucaklar.

KAYNAKLAR

AKALIN, Şükrü Halük (2001), “Adana'nın Şalgamı Nasıl 'Shalgam' Oldu?”, *Türk Dili*, 590: 145-147.

----- (2002), “Bitmeyen Tartışma Q, X, W ...” *Türk Dili*, 601: 6-13.

AKÇATAŞ, Ahmet (2003), “Türk Dilinde Ödünç Anlam Alımı”, *Türk Dili*, 613: 46-50.

ALKIBAY, Sanem (1996), “Mağazalarda Yabancı İşletme Adı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma”, *Türk Dili*, 538: 415-422.

ALPAY, Necmiye (2004), *Dilimiz, Dillerimiz, Uygulama Üzerine Yazılar*, İstanbul: Metis Yayınları.

ATEŞ, Kemal (2000), *Öğretmediğimiz Türkçe*, İstanbul: Cumhuriyet Kitapları.

⁶² Sanem Alkibay, agm., s. 421.

⁶³ Ertuğrul Yaman, “Yabancılaşan Biz miyiz Dilimiz mi?”, *Türk Dili*, 599, Ankara, 2001, s. 619.

- AYDOĞAN, Bedri (2001), "Türkçeye Giren Yabancı Sözcükler ve Otel Adları", *Türk Dili*, 596: 144-154.
- (2004), "Özentinin Yaygınlaştırdığı Yabancı Bir Sözcük: Trend", *Türk Dili*, 628: 303-313.
- BİLGEGİL, M. Kaya (1984), *Türkçe Dilbilgisi*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- CEYHUN, Aysel (1999), "Kuşadası'nda Türkçe", *Türk Dili*, 568: 338-340.
- DOĞAN, İsmail (1999), *Sokaktaki Yabancı, İşyeri İsimlerine Yansıyan Kültürel Eğilimler*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- (2003), "Sokaktaki Yabancıya Hayır Deme ya da Türkçeye Sahip Çıkma Kolaylığı", *Türk Dili*, 623: 700-704.
- DOĞAN, Mehmet (2004), *Yüzyılın Soykurumu*, İstanbul: İz yayıncılık.
- EREN, Hasan (2004), "Jeans, Blue Jeans Derken... Kot", *Türk Dili*, 627:195-197.
- (2004), "Franglais ve Denglich'ten Sonra...", *Türk Dili*, 633: 205-208).
- ERGİN, Muharrem (1984), *Türk Dil Bilgisi*, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- (1998), *Türk Dil Bilgisi*, İstanbul: Bayrak Basın/Yayın/Tanıtım.
- ERSOYLU, Halil (2000), "Batı Kaynaklı Kelimelerin Kullanımında Alan Genişlemesi", *Türk Dili*, 586: 331-345.
- BAYDAR, Arzu Sema Ertane ve Baydar, Turgut (2005), "Bu Kadarı Da Fazla: Erzincan Tabelaları", *Türk Dili*, 640: 359-362.
- GÖZAYDIN, Nevzat (2002), "AB Tartışmaları Sırasında Almanya'daki Türkçe... veya Biz Nereye?", *Türk Dili*, 608: 366-375.
- GÜLENSOY, Tuncer (2000), *Türkçe El Kitabı*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- HÂLMAN, Talât Sait (1997), "Türkçe İçin 'Millî Misak' Dilimiz Konusunda Çağrılar", *Türk Dili*, 541:1-18.
- HATİPOĞLU, Vecihe (1972), *Türkçenin Sözdizimi*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- HEPÇİLİNGİRLER, Feyza (2000), *Türkçe "Off"*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- (2003), *Dedim: "Ah!"*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- KARAHAN, Leyla (2004), *Türkçede Söz Dizimi*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- KARAÖRS, Metin (1999), "Yozlaşma Türkçemizi De Kemiriyor", *Türk Dili*, 571: 603-611.
- KORKMAZ, Zeynep (1997), "Günümüzde Dil Yozlaşması", *Türk Dili*, 542: 129-138.
- (2003a), "Türkiye Türkçesinde Yazı Diline Girmiş Günlük Yaşamla İlgili Alıntı Sözler ve Ekler", *Türk Dili*, 620: 118-127.
- (2003b), *Türkiye Türkçesi Grameri*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

- (2005), "Türkçenin Yapı ve İşleyiş Özelliklerine İlişkin Değerlendirmeler Üzerine", *Türk Dili*, 648: 494-504,
- MUALLİMOĞLU, Nejat (1999), *Türkçe Bilen Aranyor*, Ankara.
- MUSAOĞLU, Mehman (1997), "Yazı Dilinde Pürizm, Alıntı Kelimeler ve Dil Kültürü", *Türk Dili*, 544: 362-370.
- MUTLU, Mine (1997), "Türkçenin Yozlaşmasına Yakın Bir Gelecekte Dur Diyebilmek Umuduyla", *Dil Dergisi*, 60: 30-32.
- ÖNER, Mustafa (2003), "Raftaki Türkçe", *Türk Dili*, 616: 409-412.
- ÖZEL, Sevgi (2006), *Dilimde Tüy Bitti*, İstanbul: Çınar Yayınları.
- ÖZKAN, Nevzat (1996), "Yabancı Dillerin Türk Dili ve Kültürü Üzerindeki Etkileri", *Türk Dili*, 537: 257-264.
- ÖZYILDIRIM, Işıl (2001), "İşyeri Levhaları: İşlevsel Bir Yaklaşım", *Dil Dergisi*, 103: 10-19.
- PARLATIR, İsmail (1997), "'Sale'den 'İndirim'e", *Türk Dili*, 544: 353-354.
- SAKAOĞLU, Saim (2003), "Cumhuriyet'ten Günümüze Konya'da İş Yeri Adları", *Türk Dili*, 622: 410-420.
- (2005), "Türkçenin Güncel Sorunları", *Türk Dili*, 646: 294-307.
- SARI, Özlem (2004), "Türkçe Ad Kullanan İş Yerlerine Onur Belgesi", *Türk Dili*, 626:182-186.
- SEZGİN, Fatın (2004), *Türkçede Batı Kaynaklı Kelimelerin Yoğunluğu*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- ŞANLI, Cevdet (1999), "Edirne'de İş Yeri İsimleri Üzerine Bir Araştırma", *Türk Dili*, 567: 191-194.
- ŞİMŞİR, N. Bilâl (1996), "Avustralya Türk Edebiyatında İngilizce Sözcükler Üzerine", *Dil Dergisi*, 48: 53-63.
- TDK (1988), *Türkçe Sözlük C.1*, Ankara: TDK Yayınları.
- TDK (2005), *Türkçe Sözlük*, Ankara: TDK Yayınları.
- TURAL, Sadık K. (1995), "Türk Dili Konusunda Duyarlı Olmak", *Türk Dili*, 526: 1067-1071.
- Türk Dili (1996), "Türkçeyi Savunmaya Çağrı!", 534: 1356-1357.
- ÜSTÜNOVA, Kerime (2005), "Ad Tamlaması-İyelik Öbeği Ayrımı", *Türk Dili*, 641: 418-425.
- YAMAN, Ertuğrul (2001), "Yabancılaşan Biz Miyiz Dilimiz Mi?", *Türk Dili*, 599: 614-620.
- ZÜLFİKAR, Hamza (2004), "Doğru Yazalım Doğru Konuşalım: Projeksiyon, mesai saatleri, çalışma saatleri, Emirdağ, Emir Dağı, Elmadağ, Elma Dağı, C vitamini üzerine.", *Türk Dili*, 629: 427-434.