



İŞ YERİ İSİMLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: VAN ÖRNEĞİ



Abdulsalam Arvas*

ÖZET

Bu makalede geleneksellik kavramından hareketle, Van'daki iş yeri isimlerinin zaman içerisinde değişime uğrayıp uğramadığı konu edilmiştir. Eskiden iş yeri açan insanlar, bulunduğu yöre nedeniyle geleneksel isimlere ağırlık verirken, bu isimlerin günümüzde teknolojik ve yapısal gelişmelere bağlı olarak yenilediği ve ilgi çekici hale geldiği görülmüştür. Bunun temel nedeni olarak aşiret yapısından toplumlaşmaya doğru bir gelişimin olması ve profesyonel manada ticaretin yapılmaya başlanması gösterilebilir. Esnaf, artık eşine dostuna satış yapmaktan ziyade, iş yerindeki malını herkese satma çabası içerisinde ve tanıdık bir kitleye satış yapma mantığından uzaklaşmıştır. Bu yüzden iş yerine konan isim üzerinde önemle durulmakta ve ilginç, ilgi çekici ve yenilikçi isimler seçilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Van, iş yeri isimleri, geleneksel isimler, geleneksel olmayan isimler.

A STUDY ON STORE NAMES: VAN CASE

ABSTRACT

In this study, taking the concept of traditionality as the starting point, we aimed to examine whether the names of stores in Van have gone through a change within the passing years. While in old times people used traditional names more for their stores, recently technological and structural changes have been reflected on store names. One reason for this is that society has been changing from tribal structure into a society and commerce in a professional sense has developed. Nowadays shopkeepers seem to have given up on the idea of solely targeting their friends or acquaintances as the consumer mass and commenced to endeavor selling their goods to everybody. Therefore, the name of the store have gained importance and progressive names seem to have become preferable.

Key Words: Van, store names, traditional names, non-traditional names.

* Dr., Öğretim Görevlisi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Yabancı Diller Yüksekokulu Müdürlüğü, Dil Bölümü, Türkiye Türkçesi Öğretimi Koordinatörlüğü, Bişkek/Kırgızistan, karapapag@hotmail.com



Giriş: Çalışma Metodu ve Alanı

Bu çalışma, Van merkez çarşısındaki iş yeri isimleri üzerine bir araştırmayı içermektedir. Çalışmanın amacı, değişen sosyal yapının, kültürün ve yaşamın Van'daki iş yeri isimleri üzerindeki yansımaları tespit etmektir. Yapılan araştırmada yüz tane iş yeri ismi üzerine çalışılmıştır. Van merkez çarşısının bütün iş yeri isimlerini ele almak; zaman gerektiren, geniş kapsamlı bir araştırma olurdu. Bu sebeplerden dolayı çalışma, belli sayıda örneklem seçmeyi gerektirdi. Bu örneklemelerden yola çıkarak bazı sonuçlar elde edilmeye çalışıldı. Örneklem olarak seçilen iş yerlerinin dışında, başka iş yeri isimleri de, ya not edilmiş ya da buraların basılı kartları alınmış ve gerekli yerlerde bunlardan örnekler sunulmuştur. Böylelikle inceleme, *sosyal bilimler* araştırmacılarının sıklıkla kullandığı bir yöntem olan *tümevarım* metoduna uygun hazırlanmıştır.

Burada yeri gelmişken saha araştırmasında kullanılan metottan da bahsedilmelidir. Çalışmamızda ana caddeler, ara caddeler ve sokaklar yer almaktadır. Ana caddeler belirlenirken, bu yerlerin gerek taşıt gerekse insan trafiği açısından yoğunluğu göz önüne alınmıştır. Ara caddeler, ana caddelere bağlı olarak yoğunluğun az bulunduğu yerler bağlamında değerlendirilmiştir. Sokaklar ise ana ve ara caddelere bağlı olan yerlerdir. Buna Cumhuriyet Caddesi/Sanat Sokağı, Sıhke Caddesi/Ercişli Emrah Sokağı, Cumhuriyet Caddesi/1.Sokak gibi yerler örnek verilebilir.

Öncelikle, çalışmada iş yeri isimlerinin genel olarak iki kategoride değerlendirileceğini belirtmekte fayda var. İlki *geleneksel iş yeri isimleri*, diğeri *geleneksel olmayan iş yeri isimleri* başlığı altında ele alınacaktır. Bu şekilde bir tasnif yapılacağı için geleneksel kelimesinin manası açıklanacaktır. Çalışmada kullanılacak gelenek ve geleneksel kelimesinin anlam çerçevesi belirlendikten sonra gelenekselin dışında kalan iş yeri isimleri “geleneksel olmayan” başlığı altında yer alacaktır. “Geleneksel olmayan” ifadesini kullanmamızın amacı, çağdaş iş yeri isimlerinin sınırlarının tam olarak çizilememesinden kaynaklanmıştır. Çünkü öyle iş yeri isimleri vardır ki, o ismin nereye yerleştirilmesi gerektiği hususunda zorluk çekilir. Örneğin, “Halay Türkü Bar” hem geleneksel olan *halay* ve *türkü* sözcüklerini hem de batı kültürüne ait olan *bar* kelimesini içermektedir. Dolayısıyla bu iş yeri, adının hangi kategoride bulunması gerektiği konusunda sıkıntı oluşturmaktadır. Aynı şekilde anlamı bilinmeyen “Nuku İnternet Cafe”yi ya da Yunanca kökenli olan, ama İngilizce yoluyla Türkçe’ye giren “Atom Saat”i nasıl tasnif etmeliyiz?

1. Gelenek ve Gelenekselliğin Tanımı

TDK sözlüğünde gelenek kelimesinin karşılığı olarak “Bir toplumda, bir toplulukta eskiden kalmış olmaları dolayısıyla saygın tutulup kuşaktan kuşağa iletilen, yaptırım gücü olan kültürel kalıntılar, alışkanlıklar, bilgi, töre ve davranışlar, anane.” tanımı verilmiş ve şu örnek yazılmıştır: “*Şair yeni bir dil yaratabilir ama bunun için gereken gücü gelenekten alır.*” (Türkçe Sözlük: 741). Bir sözlükte geleneğin anlamı, “geçmişten bugüne uzanan gelişme, bir toplumda eski çağlardan beri yerleşmiş, kuşaktan kuşağa aktarılan ve topluluğun üyeleri arasında ortak bir ruh, sağlam bir bağ meydana getiren her türlü bilgi, uygulama ve alışkanlık.” olarak açıklanmıştır; gelenekselin anlamı ise, “gelenek yolu ile bugüne ulaşmış, eski zamanlardan aktarılarak gelmiş şey” olarak izah edilmiştir (Erşahin 2005: 116-117). Başka bir eserde gelenek, seçilmiş ve yorumlanabilen bir yapı, geçmişin bir yorumu ve hâlihazırın muhtelif görünüşlerini birleştiren sosyal ve sembolik yaratım şeklinde ifade edilmiştir (Özdemir 2005: 17). *Türk Halkbilimi* adlı eserde kavramla ilgili şu tanım yer alır:



“Gelenek, herhangi bir kültürel unsurun zaman içinde aktarılış sürecinin adıdır yahut bu süreç içinde aktarılan kültürel unsurların kendisi; seçilmiş ve yorumlanabilen bir yapı, geçmişin bir yorumu ve hâlihazırın muhtelif görüşlerini birleştiren sosyal ve sembolik yaratım olarak görülmektedir. Geleneksellik, özellikle geleneğin kuşaklar arasında aktarımı, süreklilik ve bir sosyal grup içinde geleneksel otorite oluşu bakımından ferdin üstünde olmayı içerir.” (Artun 2005: 53).

Bu araştırmada da çeşitli sözlük ve eserlerin gelenek sözcüğü için yaptığı tanıma uygun olarak, birinci kategorideki iş yeri isimlerini soyadları, kişi isimleri, şehir isimleri, tarihi ve yerel isimler; ikinci kategorideki iş yeri isimlerini ise yabancı (İngilizce, Farsça), ilginç ve anlamı bilinmeyen, farklılık olsun diye konulan isimler teşkil etmektedir.

2. İş Yeri İsimlerinin Konuluş Nedenleri

a) Geleneksel İş Yeri İsimleri

Van’daki iş yeri isimleri genelde iş yerini açan kişilerin soyadlarından gelmektedir. Bu durum, eski bir geleneğin devamıdır. Eskiden şehir merkezi çok kalabalık olmadığından insanlar genelde birbirini tanıyordu. Bundan dolayı açılan iş yerine özel, farklı, müşteriye çekecek bir ad koymaya ihtiyaç duyulmuyordu. Yakınlık, yüz yüze ilişkiler, akrabalık, dostluk ve ahbaplık gibi etkenler, insanları açılan bir bakkala, manava, kasaba yönlendirmeye yetiyordu. Açılan bu iş yerleri sadece bir ürün satmazlardı. Bu iş yerleri, o zaman var olan hemen hemen her türlü ürünü bünyesinde barındıran mekânlardı. Bu düşünceleri Yusuf Ögünmez’in şu ifadeleri desteklemektedir: “*Ağabeyim, başka dükkanlarda ayakkabı, gıda, giyimin birlikte satıldığı dönemlerde galericilik işini Van’a getirmiş.*” (Ögünmez 17.03.2007).

Dolayısıyla her eşyanın satıldığı bir iş yerinde ürün kalitesi ve fiyatı, samimi ilişkilerden dolayı problem olmazdı. Bunun sonucu olarak rekabet yoktu. Esnafın iyi ve ucuz mal getirip satma derdi bulunmaz, belli bir ürün üzerine uzmanlaşması söz konusu olmazdı. Dahası insanlar, açılan iş yerinin tabelasındaki soyadından buranın hangi aileye ait olduğunu bilirdi ve ona göre alışverişini yapardı. Örneğin Yüzbaşıoğulları, Arvaslar, Leventoğulları, Çavuşoğulları, Altaylar, Şevginler, Perihanoğulları vs. aileler Van’ın köklü aileleridir. Herkes bunları tanıdığı için bu aile mensuplarından herhangi biri, iş yeri açtığında mutlaka soyadını kullanmaktadır. Arvas Kuyumculuk’un sahibi Fahri Arvas’ın iş yeri ismi için sarf ettiği “*Soyadımız biliniyor ve insanlar güveniyor. Bu yüzden iş yerine bu adı koyduk.*” (Arvas 01.05.2007) sözleri, konuya açıklık getirmektedir. Söz konusu ailelere ait birkaç iş yeri ismi şöyle sıralanabilir: *Arvas Toptan Gıda, Arvas Kuyumculuk, Arvas Kömürcülük, Leventoğulları Askeri Malzemeler, Leventoğulları Zücadeye, Altaylar Ticaret, Altaylar Un Fabrikası, Altaylar Bowling, Yüzbaşıoğulları Kuyumculuk, Çavuşoğulları Pastanesi, Şevginler Un Fabrikası, Perihanoğulları Eczanesi, Perihanoğulları Kunderacılık.*

Geleneğin etkisinden yahut kendi soyadlarını yaşatma isteğinden dolayı, bunların dışında kalan aileler de soyadlarını iş yerlerine vermiştir. Mesela Ögünmez, Konca, Yakut, Haznedar, Kıpçak, Cebe¹ Ticaret gibi. *Kıpçak Ticaret*’teki Kıpçak ismi, ilkin bize Türk grubu olan Kıpçakları anımsatmıştı. Oysaki iş yerinin ismi, sahibinin soyadıymış. Bunun benzer bir örneği daha var. *Kıyat Gıda* ismi de, Moğolların Kıyat boyunu aklımıza getirmişti. Fakat burası da aynı şekilde iş yeri sahibinin soyadıymış. İlginç olanı, buranın sahipleri okuma

¹ Cebe’nin, Cengiz Han’ın dört fedaisinden biri olduğunu burada hatırlatmak isteriz. Bu kelime aynı zamanda eski Moğolcada zırh, silah anlamlarına gelmektedir.



yazmayı bilmedikleri halde soyadlarının nereden geldiğini biliyorlar.

İlgimizi çeken bir diğer mesele, *Cebe Ticaret*'in belediyeye para vermemek için, kendi adlarına kart bastırdıkları halde, iş yeri ismini tabelaya yazıp asmamış olmasıydı. Bunun sebebi, Belediye'nin asılan tabelalar için esnaftan belli bir ücret talep etmesiymiş. Böyle bir bilgiyi bu iş yeri sahibinden aldık ve diğer iş yeri sahipleri de bunu doğruladı. *Cebe Ticaret*'in bulunduğu sokaktaki tüm esnaflar, böyle bir yola başvurmuşlar. Bu sokak ana caddelerden uzak, iç taraflarda bulunmaktadır ve dükkânların önüne kaldırım döşenmemiştir. Buradan çıkardığımız sonuç, söz konusu sokaktaki esnafların gelirlerinin, henüz yeteri kadar iş yerlerine ve çevresine bakım yapacak düzeyde olmamasıdır. Böyle bir durum, sosyal yapıdan kaynaklanmaktadır. Yahut, buraların sahibi iyi para kazanıyor, fakat para kazandığını belli etmek istemiyor olabilir. Gelir giderler hakkında detaylı bilgi alınamaz mı diye bir soru akla gelebilir. Bu defa da, esnafın konuyla ilgili bize verdiği bilginin doğruluk derecesiyle karşı karşıya geliriz. Dolayısıyla verilen bilgiye güvenmek zorundayız. Mesela, *Vantelsan*'ın sahibine dolaylı yollardan sermayenin nerden geldiğini sorunca beklenmedik bir tepki gösterdi.

Gerek değişen sosyal yapı gerek artan nüfusla birlikte iş yeri isimlerinin seçimi de önem kazanmaya başlamıştır. İnsanlar, daha iyi satış yapabilmek ve iş yerlerini ilgi çekici kılmak için soyadları dışında ilginç, kısa, akılda kalabilen bir isim yahut bu özelliklere sahip bir yakınının adını iş yerlerine vermeye özen göstermektedirler. Dolayısıyla soyadı dışında kalan bütün isimler bu çabanın ürünü olarak değerlendirilmelidir. Bir yakınının adını iş yerine koyanlara örnek olarak *Hacı Baba Baharatçısı*'ni, *Nisa Yöresel Ev Yemekleri*'ni, *Sirhan Erkek Kuaförü*'nü, *Can Tuhafiye*'yi, *Civanni Nargile Cafe&Bilardo*'yu, *Funda Pastanesi*'ni, *Berk Giyim*'i, *Vatan Mobilya*'yı, *Uğur Kırtasiye*'yi verebiliriz. Bu adlar sırasıyla baba, yeğen, çocuk, torun, ağabey isimlerinin iş yerlerine konmuş hâlidir.

Belirtilen iş yeri isimlerinden *Nisa Yöresel Ev Yemekleri*'nin ilginç bir hikâyesi var. Buranın sahibi, yeğenin adını iş yerine verdiği için abisinden 5000 TL para almıştır. Bir bakıma isim hakkı için ücret ödenmiş. Bu durum genelde tanınmış ve yaptığı işten dolayı patent almış büyük iş yerinin isim kullanma hakkı için yeni açılan bir iş yerinden para almasına benzemektedir. Ancak buradaki örnekte daha çok aile içi bir pazarlık söz konusudur. İş yeri sahibi, maddi durumu iyi olan abisinden, onun kızının adını tanıttığı ve yaşattığı için bir miktar ücret talep etmektedir. Yakın bir akrabasının adını iş yerine koyma yaygın olsa da birkaç örnek daha sıralamakla yetineceğiz: *Nazlıcan Kırtasiye*, *Yunus Kırtasiye*, *Elif Kırtasiye*, *Nazlı Gıda*. Kimisi de kendi adını iş yerine vermiş: *Tahsin Ticaret*, *Sinan'ın Yeri*, *Sinan Reklamcılık* gibi. Kişinin nereli olduğunu gösteren veya bulunduğu mevkiye uygun seçilmiş iş yeri isimlerinin varlığı göze çarpmaktadır: *Vanlılar Sürücü Kursu*, *Köşem Market*, *Köşem Manav*, *İşlek Market-Manav* ve *Şarküteri*, *Tiyatro Taksi*.

Alan araştırması esnasında tarihte yaşamış devlet ve bu devletlere ait başkentlerin adlarından istifade edenlere de rastlanıldı. *Truva Erkek Kuaförü*, *Bazaar Hitit*, *Tuşba Tekstil*, *Urartu Lazer*, *Tuşba Ticaret*, *Büyük Asur Oteli* ve *Babil Cafe* gibi yerler bunun örnekleridir. *Büyük Asur Oteli*'nin ismi önceleri *Efes Otel*'miş. İzmir'de bulunan *İzmir Efes Otel Zincirleri*'nin sahibi, Van'da açılan böyle bir otel olduğunu duyunca bunları mahkemeye vermiş. Çünkü *İzmir Efes Otel Zincirleri*, bu ismin patentini almış ve onlardan izin alınmadan ya da sahibine bir miktar para ödenmeden bu isim kullanılamazmış. Bu yüzden Vanlı esnaf da otelinin ismi değiştirerek *Büyük Asur Oteli* adını koymuş.



AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı 23 Ocak – Şubat – Mart – 2011

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası
Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



Mevlana Kebap, Hayyam Cafe, Oruç Reis Oto Lastik gibi iş yeri sahipleri ise tarihte yaşamış büyük şahısların isimlerini tercih etmişler. *Hayyam Cafe*'nin sahibi, üniversite mezunudur ve şu an resim öğretmenliği yapmaktadır. Kendisi, burayı tahsilli olan belli bir kesim için açtığını ifade etti ve Ömer Hayyam'dan esinlenerek ismi seçtiğini belirtti. *Oruç Reis Oto Lastik*'in sahibi, hem Oruç Reis'ten hem de kendi ismi Oruç olduğundan dolayı bu adı tercih etmiş.

Harman Ticaret, köydeki harman yerinden esinlenerek konulan bir başka geleneksel iş yeri ismidir. Buranın sahipleri köyden Van'a yerleşince açtıkları iş yerine köyü hatırlatacak bir isim koymak istemişler ve harman sözcüğünü tercih etmişler. Yapılan işe uygun isim seçmeyi "geleneksel" başlığı altında değerlendirmek gerekir. Bunun örnekleri şu isimlerdir: *Altınığne Terzihanesi, Kebabistan, Ustaeller Büryan Salonu, Alyans Çeyiz, Çıtır Lahmacun, Boğaz Et Lokantası, Şurruş Tatlıcısı ve Doğal İçecekler, Okyanus Giyim, Çarık Kundura*. Bu isimler içerisinde *Boğaz*, çift anlamlı düşünülmüş; isim, sadece yemeğe düşkünlük manası olan boğaz düşkünlüğü değil, aynı zamanda İstanbul Boğaz Köprüsü de dikkate alınarak konulmuştur. Çift anlamlı düşünülerek konulan bir isim de *Aralıksonu Ocakbaşı*'dir. *Şurruş*'ta iki "r" harfinin kullanılması, iş yeri adını dikkat çekici kılmak içindir. Bu örnekler arasında yıllarını pastanecilikle geçirmiş ve saçlarını bu meslekte ağartmış olan *Saçıbeyaz Pastanesi*'nin sahibini anmak gerekir.

Tarihi devletler ve kentler dışında günümüz bölge, şehir, nehir ve köprü isimlerinin iş yerlerine ad olarak seçildiği gözden kaçmamaktadır. *Çukurova, Vantaç, Vantelsan, Van Sesi, Doğu, Akdeniz, Karadeniz, Antep, Hasankeyf, Dicle, Malabadi* bunun örnekleri. *Çukurova*'nın sahibi, *Çukurova Üniversitesi*'nde okuduğu için bu adı koymuş.

Televizyonun insan yaşamı üzerindeki etkisi herkes tarafından dile getirilmektedir. Çalışmamızda bunun örneklerine de tesadüf edildi. Örneğin, TV dizilerinden yola çıkarak iş yerine ad koyan esnaflar bulunmaktadır: *Ekmek Teknesi, İkinci Bahar Kebap Salonu*. Hem geleneksel hem de yabancı kelimeleri içinde barındıran büyük firmaların isimlerini geleneksel başlığı altında ele almak gerektiği kanaatindeyiz. Çünkü Türkçe adla markalaşan firma isimleri zaten gelenekseldir. Yabancı isimler ise marka olarak kabul gördüğü ve herkes tarafından tanındığı için geleneksel olarak değerlendirilmelidir. Markalaşan Türkçe firma isimleriyle yabancı isimleri sıralıyoruz: *Gold Elektronik & Computer, Rodi Berk Spor, Kervan, Kiğili, Kupsan, Çiçekler Hazır Mutfak, Ceylan Bebe, Do-Re-Mi Satış Mağazası, Estet Video*. Bu iş yeri sahiplerinin bazıları sadece firmaların adını kullanırken, bazıları da markalaşmış ismin yanına istedikleri başka bir isim eklemektedir. Mesela, *Gold Computer, Kervan, Kupsan, Kiğili, Çiçekler, Ceylan* yalnızca firma adını tabelaya yazmışlar. Diğerleri, firma adının yanında sevdikleri bir ismi de kullanmışlar: *Rodi (Berk), Do-Re-Mi (Can)*. *Estet*, daha farklı bir hikâyeye sahip. İş yeri sahibi Avşar Film, Özen Film gibi bir film şirketi olan *Estet Film* adına video kasetlerinde rastlamış ve iş yerine bu adı koymuş.

Mübeccel B. Kıray, modern toplumları modernleşmekte olan toplumlardan ayırt etmeye yarayan değerlerin aynı zamanda değişimin yönünü, dolayısıyla bu toplulukların moderniteye yaklaşma derecesini gösterdiğini söylemektedir. Aynı yazar, modern toplumlarla geleneksel feodal temellere bağlı modernleşmekte olan toplumlar arasındaki niteliksel farklılıklara işaret eden tutumları şöyle sıralar: kadercilik, işleri ulu bir yaratıcıya bırakma ve otoriteye boyun eğme yerine daha iyi bir gelecek için inisiyatif alma, başarı ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi yönünde rasyonel nedenler öne sürme. (Kıray 1999: 102). Kıray'ın ifade ettiği kadercilik ve işleri ulu bir yaratıcıya bırakma toplumumuzda hâlâ devam etmekte



ve bu inanca bağlı olarak insanlar, iş yerlerine isim vermekteler. *Liva, Mizan, Şur'a, Sadi, Buruç, İmsak, Çamdağı* adları dini inancını öne çıkaran esnaflar tarafından seçilen isimlerdir. *Liva Export&İmport*'un sahibi, liva kelimesinin peygamber sancağı ve mübarek bir isim olduğu için hanımı tarafından konulduğunu anlattı.

Çamdağı Yoğurt ve Süt Ürünleri'nin sahibi, Said-i Nursi, Barla'nın Çamdağı'nda bir müddet yaşadığı, burada eserlerini neşrettiği için bu dağın adını yaşatmak istemekte ve Çamdağı'nı iş yerine isim olarak seçmektedir. *İmsak*, dini bir terim ve diğer isimler kelime olarak Kur'an-ı Kerim'de yer aldığı için esnaflar tarafından konulmuştur. *Mizan*, terazi/ölçü; *Sadi*, bereket, bolluk anlamına geldiği için bu isimler seçilmiştir. Akdamar kelimesinin menşei ifade eden Ermeni kız ile Türk gencinin efsanesinden yola çıkarak isim seçenlere de rastlamak mümkündür: *Ahtamara*. Bu efsanenin değişik varyantları var. Bir anlatıda "Ah Tamara" denirken, diğerinde "Ok damara" diye anlatılır. İki varyantta da, "h", "t" ve "o" seslerinin zamanla değişerek Akdamar'a dönüştüğü belirtilmektedir.

b) Geleneksel Olmayan İş Yeri İsimleri

Kıray, değişimle ilgili olarak "Değişme kesin bir doğru halini almıştır, değişim niye oluyor ya da değişim var mıdır yok mudur demenin hiçbir anlamı yoktur. İçinde bulunduğumuz değişim süreci, insanlık tarihinin yaşadığı ikinci dipten doruğa değişimin kendisidir. Önemli değişimleri yaşamakla beraber daha yolun yarısındayız, daha birçok değişimi yaşayarak, birçok şeyin değiştiğini göreceğiz." cümlelerini sarf etmektedir (Kıray 1999: 326). Buna göre kişiler, farklı ve herkes tarafından bilinmeyen ve tarafımızdan *geleneksel olmayan iş yeri isimleri* olarak belirlenen isimleri kullanmakta; ama zamanla toplum bu yeni isimlere alışmaktadır. Bunun başlıca örneklerini İngilizce ve Farsça adlar oluşturmaktadır: *For You İnternet Cafe, Moonlight Okey Salonu, Maxi Pizza, Star 2000, Perukar Erkek Kuaförü, VIP (Very Important Person) Bayan Kuaförü, Prestij Otomotiv, Şiyar İnşaat, Diyar Baharat, Şilan Mobilya, Dilan Gelinlik, Tuana İnternet Cafe*. Bu yabancı sözcüklerin bazıları Türkçeye geçtiği hâlde, bazıları Türkçeleşmemiştir. Mesela "diyar" ve "prestij" kelimeleri artık Türkçeleşmiş. Oysa "moonlight" yahut "şilan" Türkçede bilinmeyen kelimelerdir. "Tauna" kelimesine sözlüklerde rastlamadık. Fakat çocuklara ad olarak verildiğini ve cennete düşen ilk yağmur damlası anlamına geldiğini iş yeri sahibinden duyduk (Tunç 07.05.2007).

İkinci gruba dahil edilebilecek bir diğer iş yeri ismi, Eskimo mitolojisinde tanrıça manasına gelen *Sedna Et Lokantası*'dır. Burayı çalıştıranların bayan olduğunu görünce kafamızdaki soru işaretleri çözüldü. Bayanlar özellikle isim araştırması yapmışlar, bu adın kendilerini yansıttığını düşünmüşler ve sedna adını iş yerlerine vermeyi uygun görmüşler. Daha çok duman rengi olarak bilinen *Füme Reklamcılık*'ın bu gruba dâhil edilmesi gerektiğini düşünmekteyiz. İlginç olsun diye konulmuş isimler olan *Atom, İlayda, Miş Miş, Tiglon* gibi iş yerlerinin bu gruba dâhil edilmesini uygun bulduk. Tiglon, bir CD markasıymış ve bunu üreten kişi Vanlıymış. İlayda su perisi ve Miş Miş Malatya'da kurutulmuş kayısı anlamına geliyormuş. Vanlı olan iş yeri sahibi, bundan esinlenerek iş yerine Miş Miş² ismini koymuştur.

² Van'da üzüm kurusuna "kış miş" denir. Ayrıca bu satırların yazarı, Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'teki Orta-say Pazarı'nda "kış miş" ikilemesinin siyah üzüm için yazıldığını görünce başka bir anlamının olup olmadığını sormuş ve ikilemenin kurutulmuş üzüm için de kullanıldığını öğrenmiştir.



Kelimenin anlamını bilmeden iş yerine isim koyanlar da var: *Etap*, *Nuku*. *Etap*; aşama, bölüm manasına gelir. Fakat *Nuku*'nun anlamını hiçbir yerde bulamadık. Ortak iş yeri açan bazı esnaflar ya adlarının ya da soyadlarının kısaltmasını iş yerlerine isim olarak seçebiliyorlar: *Yıl&Ka* (*Yılmaz-Karaman*) *Teknik*, *Alfemo* (*Ali-Feyzullah Mobilya*). *Aymo* (*Alay, Yavuz, Metin, Osman*) *Mobilya* ise ortaklaşa çalışan dört kardeşin baş harflerinden oluşmaktadır. Bu kısaltılmış isimler, sorulmadığında anlamı bilinmiyor ve geleneksellikten uzaklaşıyor. Daha farklı düşüncelerle konulan iş yeri isimlerine de rastlamak mümkündür. İş yerine, *Roma Sultan Halı Mobilya* adını koyan bir esnaf, mobilyanın merkezini İtalya olduğunu söyleyerek iş yeri isminin başına İtalya'nın bir şehri olan Roma adını yerleştirmiştir. Ama bununla sınırlı kalmıyor, yanına geleneksel bir isim de ekliyor: *Sultan*. Böylece geleneksel ve geleneksel olmayı birleştiriyor.

Bazen geleneksel gibi görünen iş yeri isimleri, çok farklı bir kaynaktan gelebilmektedir. Buna *Şelale Et Lokantası* örnek gösterilebilir. Şelaleyi, Türkçedeki çağlayan anlamıyla algıladığımız hâlde, Kafkaslardan buraya göç eden Burukan aşireti mensubu olan lokanta sahibi, ismin Kazakistan'daki bir lokanta isminden esinlenerek konulduğunu söyledi. İş yeri sahibi, göç ettiği yere yakın bir isim seçmek suretiyle, geldiği yere özlemini ifade etmektedir.

3. İç ve Dış Dinamiklerin İş yeri İsimlerine Etkisi

İki kategoriden bahsettikten sonra iç ve dış dinamiklerin (Kıray, 1999: 30) iş yerine isim bırakılırken insanları nasıl etkileyen bir faktör olduğuna değinmekte yarar görüyoruz. Mesela ilçelerden gelip merkeze yerleşenler, ilçelerinin ismini iş yerlerine koymaktadırlar (*Gürpınar İletişim, Başkale İletişim*) veya ilçenin meşhur bir mekânı iş yerine isim olarak seçilebilmektedir. Çatak ilçesinde soğuk tatlı suyuyla tanınan “Kani Spi” bir döner ve ızgara yapan iş yerine isim olarak konulmuştur. Kelimenin anlamı, beyaz çeşmedir. Bu isim aynı zamanda yabancı kelimeler içinde ele alınıp geleneksel olmayan iş yeri isimlerine de dâhil edilebilir. Kendi köyünün ismini, iş yerine koyanların olduğu da belirtilmelidir: *Öz Şahmanıs Ticaret*³ gibi. İlçelerden gelenlerin koydukları isimler, il içerisindeki dış dinamiklerdir.

Bir de il dışındaki dış dinamikler bulunmaktadır. Başta büyük firmaların bayilikleri olmak üzere, il dışında bir müddet çalıştıktan sonra farklı illerde gördüğü isimleri kendi şehrine getirenler ve başka illerden gelip Van'a yerleşenler dış dinamiklerin önemli temsilcileridirler. Özellikle il dışından gelenler çok yeni ve geleneksel olmayan isimleri de beraberlerinde getirmektedirler. *Mardin, Malabadi, Dicle, Tauna, Maxi, Moonlight, Nuku, Atom* gibi isimler dışardan gelen kişilerin seçtiği isimlerdir. Bu isim değişikliğine iç dinamikler yoluyla da katkı sağlanmaktadır. Mesela Vanlı olduğu hâlde bir dönem Van dışında yaşayan şahıslar, başka yerlerin ismini iş yerlerine vermektedir. Bu gibi yerlere *Hasankeyf, Bağdat, Boğaz, Çukurova, Dubai, Akdeniz, Antep* örnek gösterilebilir.

³ Burada yeri gelmişken bir konuya değinmekte yarar var. Şahmanıs, Gürpınar'ın bir köyüdür. İsmi önüne öz kelimesinin konulması, biz rastlamadığımız halde, bu isimde başka dükkânların varlığını da (kapanmış olma ihtimali göz önüne alınmalı) akla getiriyor. Ancak, buna benzer bir örnek verilebilir. Kömürçüler sitesinde *Arvasoğlu Kömürçülük* adında bir iş yeri vardı. İş yeri ortakları anlaşamadı ve ayrıldılar. Ayrılan ortak, yeni açtığı yere *Öz Arvasoğlu* adını koydu. Buna benzer başka örnekler sıralamak istiyorum: *Öz Can Et, Öz Van Pide Lahmacun*.



Sonuç

Neticede iş yerlerine isim konulurken, kişinin içinde bulunduğu toplum yapısı, kişiliği, yaşantısı, psikolojisi, tahsili, aile yapısı etkili olmaktadır. Ayrıca dışardan gelenlerin farklı bir bakış açısına sahip olduğunu da belirtmek gerekir. İşin ticari boyutunun önemi de elbette kaçınılmazdır. Bir iş yerine ne kadar iyi bir isim konulursa, oranın duyulma ihtimali ve müşteri kitlesinin yoğunluğu o denli fazla olacaktır. İyi bir isim, en iyi reklamdır. İsim seçiminin temel amacı, iyi bir kazancın sağlanmasıdır. Esnaf, en iyi nasıl kâr ederim, düşüncesiyle isim seçmektedir.

Yine, ana cadde ve ona bağlı sokak ile ara cadde ve ona bağlı sokakta bulunan iş yerlerinin iç ve dış dizayn açısından büyük farklılıklar göstermesi dikkat çekici bir noktadır. Ara sokaktaki esnafın iş yerlerine gösterişli tabelalar asmaması, Belediye'nin bir miktar para almasından ve buraların maddi açıdan ana caddedeki iş yerleri kadar iyi kazanç elde edememesinden kaynaklanmaktadır.

Ana caddedeki iş yerlerinin vitrinleri göz alıcı iken, ara sokakta bulunanları hiç süslenmemiş bir vaziyettedir. Beklentimizin aksine, yabancı isimler yalnızca ana caddelerde değil, ara sokaklarda da kullanılmıştır. Dil, kültür ve üretim hayatının bir ifade vasıtası olduğu için canlı ve üretken bir yapıya sahiptir. Bundan dolayı yabancı ve geleneksel olmayan isimleri bu açıdan değerlendirmek gerekir. Geleneksel olmayan ve yabancı olan kelimelerin iş yerine ad olarak konulması toplumun değişiminin bir yansımasıdır.

KAYNAKÇA

- ARTUN, Erman (2005), *Türk Halkbilimi*, Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- ARVAS, Fahri, 01.05.2007, Arvas Kuyumculuk, Maraş Caddesi, Van.
- ERŞAHİN, İbrahim (2005), *Halk Kültürü ve Edebiyatı Sözlüğü*, Ötüken Yayınları, İstanbul.
- KIRAY, Mübeccel Belik (1999), *Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme*, Bağlam Yayınları, Ankara.
- ÖĞÜNMEZ, Yusuf, 17.03.2007, Avea Bayii, Cumhuriyet Caddesi, Van.
- ÖZDEMİR, Nebi (2005), *Cumhuriyet Dönemi Türk Eğlence Kültürü*, Akçağ Yayınları, Ankara.
- TUNÇ, Yusuf, 07.05.2007, Tuana İnternet Cafe, Cumhuriyet Caddesi, Van.
- *Türkçe Sözlük*, (2005), TDK Yayınları, Ankara.
- Basılı iş yeri kartvizitleri.
- Değişik tarihlerde esnaflarla yapılan görüşme notları (iki notebook hâlinde).