

ÖZ

SOKAĞA YANSIMIŞ İŞ YERİ İSİMLERİ: BİŞKEK ULAŞIM ANA ARTERLERİNE YÖNELİK İDEOLOJİK VE ANALİTİK BİR ÇÖZÜMLEME

Niyazi AYHAN
Yüksek Lisans, İletişim Bilimleri Anabilim Dalı
Tez Danışmanı:
Prof.Dr. Bayram KAYA
Haziran 2010, 120 sayfa

Çalışmamızda iş yerlerinin yabancı kelimelerden oluştuğunu tespit ettik. Çalışmamıza göre iş yerlerinin yabancı kelimelerden oluşmasının sebepleri:

- 1- Küreselleşme ve Medya
- 2- Sosyal, ekonomik ve siyasal gelişmeler
- 3- Popüler Kültür
- 4- Yerel medya kanallarının etkisi
- 5- Yerel program üretme sürecinde teknoloji ve insan kaynaklarının yetersizliği
- 6- Reklamlar, kitle üretimi ve tüketimi
- 7- Yerel denetim eksikliği
- 8- Kent kimliği ve tarihi bağlar
- 9- Baskın ekonomi faktörü
- 10- Baskın kültür faktörü

Çalışmamız bu sebeplerden Baskın ekonomi ve Baskın kültür faktörü üzerine kurulmuştur. Bu bağlamda analitik ve ideolojik çalışmalar yaptık. Baskın ekonomi ve baskın kültürün unsurlarını belirledikten sonra. Bu unsurlar doğrultusunda Kırgızistan ithalat ve ihracat rakamlarını devlet istatistik kurumundaki bilgilere göre tespit ettik.

Baskın ekonominin medyaya yansımalarını analiz etmek için televizyon kanalları, gazeteler, radyo kanallarında incelemelerde bulunduk sonuç olarak hâkim ekonomin yani Rusya'nın dili de Kırgızistan medyasında hâkim olduğunu söyleyebiliriz.

Analitik çalışmamız da Kırgızistan'ın Bışkek şehrinde bulunan dört ana ulaşım arteri olan Ahunbaeva, Kievskaya, Mira ve Sovetskaya caddelerini ele aldık. İşyerlerini tek tek saydıktan sonra SPSS programının yardımıyla analizler ve tablolar oluşturduk. Analitik analizimizden çıkan sonuçlara göre:

532 işyerinin 246 sı Rusça,132 si İngilizce,97 si Kırgızca 97 ve diğer diller ise 57 adettir. Yüzdeliklerini vermek gerekirse Rusça % 46,2, İngilizce % 24,8,Kırgızca % 18,2,Diğer diller 10,7 dir.

İdeolojik çalışmamızda ise işyerlerini gruplara ayırdık bu gruplamalar

1) masal kahramanları 2) insan isimleri 3) yer isimleri 4) küresel anlamlar

İdeolojik çalışmamızın sonuçları:

Masal kahramanları, baskın ekonomi ülkenin yani Rusya'nın yüklediği anlamlara göre şekillenmiştir. Ve masal kahramanları araç olarak kullanılarak insanlara ideolojik mesajlar verilmiştir. Bu mesajları Rus masallarında yer alan kardeşlik, iyilik, yardımseverlik olarak tespit ettik.

İnsan isimleri, İnsan isimlerinin verilmesinde Rusça isimler 16 iken Kırgızca 48, İngilizce 6, Diğer isimler ise 3 adet tespit edilmiştir. Bu rakamlardan da anlaşılacağı gibi Kırgızlar kendi isimlerini işyerlerine vermede daha yatkındırlar.

Yer isimleri, bu bağlamda Rus yer isimlerinde yine ideolojik olarak Ukrayna, Prag, Rusya, Mossovet, Arbat isimleri verilmekle beraber, Amerikan yer isimlerine de yer verilmiştir. Bu yerler ise Mayami, Hollywood, Las vegas tır.

Küresel anlamlar, İşyeri isimlerinde yer yer küresel anlamlara da yer verilmiştir. Bu isimlerden örnek vermek gerekirse Дом итальянской мебели,(italyan mobilyaları)Гролливудская улыбка (Hollywood gülüşü), Матритца (Matrix) Пекинская утка (Pekin Ördeği), Mac Burger'dir.

Sonuç olarak Kırgızistan'daki işyerlerinde baskın ekonominin kodladığı anlamlarla şekillenmiştir. Aynı zamanda küreselleşmenin ve popüler kültür gibi öğelerinde etkisiyle İngilizce isimlere yer verilmiş ve hatta yer isimlerinde bile küreselleşmenin bir bakıma Amerikan şehirlerinin izleri taşınmıştır.

Öneriler bölümünde ise yerel medyaya destek verilmesinin gerekliliğini ve yerel denetimdeki olan eksikliklerin giderilmesi gerektiğini açıkladık.

Anahtar Kelimeler: Medya, işyeri isimleri, ideoloji, baskın ekonomi, baskın kültür.

ӨЗӨК

ЖОЛ БОЮНДА ЖАЙГАШКАН МЕКЕМЕ АТТАРЫ: БИШКЕКТИН НЕГИЗГИ ТРАНСПОРТ ЖОЛДОРУНА КАРАТА ИДЕОЛОГИЯЛЫК ЖАНА АНАЛИТИКАЛЫК ИЗИЛДӨӨ

Ниязи Айхан

Магистратура, Коммуникация билимдери тармагы

Жетекчиси:

Проф. Док. Байрам Кайа

Июнь 2010, 120 бет

Бул изилдөө ишинин жыйынтыгында мекеме аттарынын көбүнесе чет тилде коюлганын көрдүк. Мунун негизги себеби катары төмөнкүлөрдү айта кетишибиз мүмкүн:

- 1- Ааламдашуу жана медиа.
- 2- Социалдык, экономикалык жана саясий өнүгүүлөр.
- 3- Популярдуу маданият.
- 4- Жергиликтүү ММКлардын таасири
- 5- Жергиликтүү ММК программаларын даярдоодо технологиялык жана адамдык ресурстардын жеткиликсиздиги.
- 6- Көрнөк-жарнактар, массалык түрдө өндүрүү жана керектөө.
- 7- Жергиликтүү башкаруучулуктун жеткиликсиздиги.
- 8- Шаардын өздүк статусу жана тарыхый байланыштар.
- 9- Доминанттуу экономикалык факторлор
- 10- Доминанттуу маданий факторлор.

Изилдөөбүз ушул себептерден улам доминанттуу экономикалык жана доминанттуу маданий факторлорго негизделген. Ушул маселенин алкагында аналитикалык жана идеологиялык изилдөө жасадык. Доминанттуу экономикалык жана доминанттуу маданий факторлорду аныктагандан кийин ушул факторлордун негизинде Кыргызстандагы экспорттук жана импорттук көрсөткүчтөрдү Мамлекеттик Статистикалык Комитеттен алынган маалыматтарга карата белгиледик.

Доминанттуу экономиканын медиада чагылдырылышын анализ этүү үчүн телеканалдарды, гезиттерди, радиоканалдарды изилдедик жана жыйынтык катары экономикасы доминанттуу болгон мамлекеттин тилинин башкача айтканда орус тилинин Кыргыз медиасында басымдуу экенин көрдүк.

Изилдөөгө алынган аймак Кыргызстандын борбору Бишкек шаарынын 4 негизги транспорттук жолдору Киев көчөсү, Тынчтык проспектиси, Совет көчөсү жана Ахунбаев көчөсү болду. Бул көчөлөрдө жайгашкан мекемелерди бир-бирден эсептеп чыгып аны

SPSS программасынын жардамы менен анализ кылдык жана таблицаларды түздүк. Аналитикалык изилдөөбүздөн алынган жыйынтыктарга таянып төмөнкү айта алабыз:

532 мекеме жайларынын аттарынын 246сы орус тилинде, 132си англис тилинде, 97си кыргыз тилинде ал эми канган 57си башка тилдерде аталган. Пайыздарына карасак мекеме жайларынын аттарынын 46,2%ы орус тилинде, 24,8%ы англис тилинде, 18,2%ы кыргыз тилинде жана калган 10,7%ы башка тилдерде коюлган.

Идеологиялык изилдөөбүздө мекеме жайларынын аттарын төмөнкүдөй төрт топко бөлүк. Бул топтор:

- 1) Жомок каармандарынын аттары
- 2) Адам аттары
- 3) Жер аттары
- 4) Глобалдык маанайдагы сөздөр

Идеологиялык изилдөөбүздүн жыйынтыктары төмөнкүдөй болду:

Жомок каармандарынын аттары экономикасы доминанттуу болгон өлкөнүн башкача айтканда Россиянын жомок каармандарынын аттарына карата коюлган жана бул аттардын жардамы аркылуу адамдарга идеологиялык түшүнүктөр берилүүгө аракет кылынган. Бул түшүнүктөрдү орус жомокторунда көп кездешчү бир туугандык, жакшылык, жардам сүйүүчүлүк деп көрсөттүк.

Жер аттарына келсек бул жерде да көбүнесе орус жер аттары колдонулган. Мисалы Украина, Прага, Россия, Моссовет, Арбат сыяктуу аттарды айтсак болот. Андан сырткары Америкалык жер аттары да коюлган. Мисалы Майами, Голливуд, Лас-Вегас сыяктуу аттарды көрсөтсөк болот.

Глобалдык түшүнүктөргө келсек мекеме аттарында кез-кез глобалдык түшүнүктөргө да орун берилгенин көрөбүз. Мисалы кээ бир мекемелерге Дом итальянской мебели, Голливудская улыбка, Матритца, Пекинская утка, Mac Burger сыяктуу аттар коюлган.

Жыйынтык катары айтсак, Кыргызстандагы мекемелердин аттары доминанттуу экономика тарабынан берилген түшүнүктөргө карата коюлган. Ошол эле мезгилде ааламдашуу жана популярдуу маданият сыяктуу факторлордун таасири астында англис аттарга да орун берилген жана ал гана эмес жер аттарында да ааламдашуунун таасири башкача айтканда Америкалык шаарлардын таасири бар экенин байкашыбыз мүмкүн.

Сунуш бөлүмүндө болсо жергиликтүү ММКларга колдоо көрсөтүлүүсү керектиги жана жергиликтүү башкаруучулуктагы кемчиликтердин азайтылышы керектиги тууралуу айтып өттүк.

Негизги сөздөр: Медиа, мекеме аттары, идеология, доминанттуу экономика, доминанттуу маданият.

АННОТАЦИЯ

НАЗВАНИЯ РАБОЧИХ МЕСТ ПОСЕЛЯЮЩИХ ПО КРАЮ УЛИЦ: ИДЕОЛОГИЧЕСКОЕ И АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЯ НА ГЛАВНОЙ ТРАНСПОРТНОЙ АРТЕРИИ ГОРОД БИШКЕК

Ниязи Айхан

Магистратура, Направление «Коммуникация»

Научный руководитель:

Проф. Док. Байрам Кайа

Июнь 2010, 120 бет

Наше исследование показало, что названия предприятий были составлены из иностранных слов. По данным нашего исследования причин названия рабочих мест, состоящих из иностранных слов:

- 1) Глобализация и СМИ
- 2) Социальные, экономические и политические события,
- 3) Массовая культура
- 4) Местные каналы средств массовой информации, действие
- 5) Местные программы обеспечения технологических процессов и человеческих ресурсов
- 6) Реклама, массового производства и потребления
- 7) Недостаток местного контроля
- 8) Самобытности города и исторических связей
- 9) Фактор доминирующей экономики
- 10) Были определены в качестве доминирующей культурных факторов.

По этим причинам, наше исследование базируется на доминирующим факторе для экономики и доминирующей культурой. В связи с этим, мы сделали аналитическую и идеологическую работу. Доминирующее положение в экономике и после определения элементов господствующей культуры. Импорт и экспорт Кыргызстана были определены в соответствии с информацией в органах государственной статистики исследовали экономику, в которой доминирует в средствах массовой информации в Кыргызстане русский язык.

В нашей аналитической работе в городе Бишкек, Кыргызской Республике, мы взяли четыре основных транспортных артерий ул. Ахунбаева, Киевская, пр.Мира и Советская улица. Мы посчитали с помощью SPSS анализа и таблиц. По результатам нашего аналитического анализа:

Из 532 рабочих мест - 246 русские названия, 132 на английском, 97 на кыргызском, 57 в Кыргызской Республики на других языках. Проценты -русский 46,2%, английский 24,8%, кыргызский 18,2%, другие 10,7

Идеологически разделили на группы,

1) сказочные герои 2) человеческие имена 3) названия мест 4) глобальное значение

Результаты нашего идеологического исследования в сказках герои, в доминирующей экономике страны, сформировались с помощью России. Рассказы о героях, используются как средство идеологического сообщения. Русские названия, содержат понятия братства, доброты, доброжелательности .

Русские человеческие имена 16, 48 кыргызские имена, английские 6, другие имена 3. Как свидетельствуют эти данные в Кыргызстане, места работы склонны назвать своими именами.

Глобальные названия, Бизнес-имена также включают и глобальный смысл. Чтобы дать вам несколько примеров этого имени Дом итальянской мебели, Голливудская улыбка, Матритца Пекинская утка, Macburger.

В результате, доминирующая экономика сформировала названия заведений в Кыргызстане под закодированными значениями. В то же время под влиянием глобализации и популярных предметов культуры, сформировались такие географические названия на английском языке и даже географические названия американских городов.

Географические названия, в этом контексте, русские имена, имеют место идеология Украины, а так же названия Прага, Россия, Моссовет, Арбат даются с имена американских мест. Это Голливуд, Лас-Вегас.

Рекомендации в поддержку местных средств массовой информации и необходимость устранения недостатков в местных управления мы разработали.

Ключевые Слова: СМИ, рабочих мест ,идеология ,доминирующей экономики ,доминирующей культуры

ABSTRACT

WORKPLACES'S NAMES WHICH ARE REFLECTED IN THE STREETS: ANALYTICAL AND IDEOLOGY ANALYSIS TOWARD BISHKEK TRANSPORTATION MAIN ARTERY

Niyazi Ayhan

MA, Communication Sciences Department

Supervisor:

Prof. Dr. Bayram KAYA

June 2010, 120 pages

Our work consists of studies that have detected a foreign word. According to our study of the causes of workplaces consisting of foreign words:

- 1) Globalization and the Media
- 2) Social, economic and political developments
- 3) Popular Culture
- 4) The effect of local media channels,
- 5) Local program generation process technology and human resources,
- 6) Advertising, mass production and consumption
- 7) Local control deficiency
- 8) Cities identity and historical ties
- 9) The Dominant economy factor
- 10) The dominant cultural factor

As we have observed.

These reasons, our study is based on the dominant factor for the economy and the dominant culture. In this context, we made analytical and ideological work. Determine the dominant elements of the economy and the dominant culture then. Kyrgyzstan imports and exports in line with those elements of the state statistics bodies have been identified according to the information.

Dominated economy to analyze the implications of media and television channels, newspapers, radio stations, we have as a result of the economy that dominated the Russian language media in Kyrgyzstan seems to be dominant.

In our analytical work in the city of Bishkek, the Kyrgyz Republic, the four main transportation arteries Ahunbaeva, Kievskaya, Mira and Sovetskaya streets we take. Once considered one of the businesses with the help of SPSS analysis and tables created. According to the results of our analytical analysis:

246 Russian establishment, 132 English, 97 Kyrgyz and other languages is 57 To give a percentage of the Russian 46.2%, 24.8% English, Kyrgyz 18.2%, other languages is 10.7.

Ideological work of the businesses we have grouped these groupings

1) Tales of heroes 2) Human names 3) Place names 4) The global implications

The results of our ideological work

Tale heroes, that means installing the dominant economy of the country that Russia has been shaped by. And tales of heroes to the people as a means of ideological messages are used. Russian goods contained in these messages of brotherhood, kindness, benevolence were found to be.

Human names, human names issuing 48 Kyrgyz, Russian names 16 of the English names 6 pieces 3 other names. As these figures can be understood in Kyrgyzstan are prone to give their businesses names.

Place names, in this context, the Russian place names still in ideology Ukraine, Prague, Russia, Mossovet, Arbat is given together with the names, the American place names are also included. This is where Mayami, Hollywood, Las Vegas

Global implications, Business names are also included in the global sense in places. To give you some examples of this name Дом итальянской мебели (Italian furniture) Голливудская улыбка (Hollywood smile), Матрица (Matrix) Пекинская утка (Peking duck), is the Mac Burger

As a result, the dominant establishments in Kyrgyzstan's economy has been shaped by the encoded meaning. At the same time under the influence of globalization and popular culture items such as place names given in English place names and even a sense of globalization, even traces of American city has moved

Recommendations in support of the local media and the necessity to overcome the shortcomings of local control that we've outlined.

Key words: Media, ideology, workplaces's names, dominant economy, dominant culture.