

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TOPKAPI SARAYI MÜZESİ ÖRNEĞİNDE
TURİZM ÇEVİRİLERİ İNCELEMESİ

Tibet ELMALIK

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇEVİRİBİLİM ANABİLİM DALI
ÇEVİRİBİLİM PROGRAMI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi. A. Nursen DURDAĞI

İSTANBUL, Haziran 2020

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TOPKAPI SARAYI MÜZESİ ÖRNEĞİNDE
TURİZM ÇEVİRİLERİ İNCELEMESİ

Tibet ELMALIK
(182003008)

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ÇEVİRİBİLİM ANABİLİM DALI
ÇEVİRİBİLİM PROGRAMI

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi. A. Nursen DURDAĞI

İSTANBUL, Haziran 2020

T.C.
İSTANBUL OKAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TOPKAPI SARAYI MÜZESİ ÖRNEĞİNDE
TURİZM ÇEVİRİLERİ İNCELEMESİ

Tibet ELMALIK
(182003008)

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ÇEVİRİBİLİM ANABİLİM DALI
ÇEVİRİBİLİM PROGRAMI

Tezin Enstitüye Teslim Edildiği Tarih :08 Temmuz 2020
Tezin Savunulduğu Tarih :26 Haziran 2020

Tez Danışmanı : Dr. Öğr.Üyesi A. Nursen DURDAĞI
(Sakarya Üniversitesi)

Diğer Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Sevinç ARI
(Marmara Üniversitesi)

Dr. Öğr. Üyesi. Murat TOPÇU
(Okan Üniversitesi)

İSTANBUL, Haziran 2020

ÖNSÖZ

Tez çalışmasının planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğini esirgemeyen, engin bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren sayın hocam Dr. Öğr.Üyesi A. Nursen DURDAĞI'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bu zorlu tez sürecinde rehberim olarak cömertçe paylaştığı yorumları, eleştirileri ve çok yerinde tespitleriyle sadece çalışmamı tamamlama konusunda değil, aynı zamanda bir bütünün parçaları arasındaki ilişkiyi görebilmemi sağlayarak bundan sonraki hayatımı ele alışım konusunda da etki etmiştir. Kendisine olan borcumu ödeyemem.

Yüksek lisans derslerinde çok değerli bilgilerle beni donatan Doç. Dr. Cemal DEMİRCİOĞLU, Prof. Dr. Alev BULUT ve Prof. Dr. Ayşe Fitnat ECE' ye teşekkürü borç bilirim. Tez jürisinde bulunmayı kabul eden sayın Doç. Dr. Sevinç ARI'ya ve Dr. Öğr. Üyesi Murat TOPÇU'ya bütün içtenliğimle minnetimi ifade etmek isterim.

Son olarak bu zorlu süreçte bana olan güvenlerini asla kaybetmeyen ve sevgiyle bana katlanan hayatımın en değerli varlıkları olan çocuklarım; Yunus ve Mercan'a sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum.

İSTANBUL 2020

Tibet ELMALIK

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	i
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	vi
TABLO LİSTESİ.....	viii
GİRİŞ	1
BÖLÜM 1. TURİZM VE ÇEVİRİ İLİŞKİSİ.....	6
1.1. TURİZM KAVRAMI.....	7
1.2. TURİZM ÇEVİRİSİ.....	16
1.2.1. Turizm Dili.....	23
1.2.2. Turizm Metinleri	31
1.2.3. Turizm Çevirisi Bir Kültürel Aktarım Olarak.....	47
1.2.4. Turizm Çevirisi ve Çeviri Stratejileri.....	57
BÖLÜM 2. ÇEVİRİ KURAMLARI VE TURİZM ÇEVİRİSİ.....	71
2.1. ÇEVİRİ EYLEMİ KURAMI	72
2.2. KÜLTÜREL SEMBOLLER KURAMI.....	93
BÖLÜM 3. TOPKAPI SARAYI MÜZESİ	109
3.1. TOPKAPI SARAYI MÜZESİNİN TURİZM AÇISINDAN ÖNEMİ.....	112
3.2. TOPKAPI SARAYI MÜZESİ TURİZM METİNLERİNİN İNCELEMESİ	113

3.3. TOPKAPI SARAYI MÜZESİ TURİZM METİNLERİNİN ÇEVİRİ DEĞERLENDİRMESİ	116
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	170
KAYNAKÇA.....	175
EKLER.....	181
EK A MATBAH-I AMİRE - SARAY MUTFAKLARI KOĞUŞLARI (PALACE KITCHEN STAFF HALLS) TABELASI.....	181
EK B ALAY MEYDANI (COURT OF PROCESSIONS) TABELASI.....	182
EK C KARAAĞALAR TAŞLIĞI (THE COURT OF THE BLACK EUNUCHS) TABELASI.....	183
EK D HAREM (HAREM) TABELASI.....	184
EK E KUŞHANE MUTFAĞI (THE KUŞHANE KITCHEN) TABELASI	185
EK F KÜLTÜRE ÖZGÜ UNSURLAR	186
ÖZGEÇMİŞ	192

ÖZET

TOPKAPI SARAYI MÜZESİ ÖRNEĞİNDE TURİZM ÇEVİRİLERİ İNCELEMESİ

Turizm; sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik özellikleri içeren bir süreci ifade eden çok boyutlu bir kavram olarak değerlendirilmektedir. Turizmin özelliklerinden yola çıkarak, çok yönlü faaliyetler bütününe kapsayan ekonomik ve sosyo-kültürel bir tüketim ve boş zaman değerlendirme olayı olarak ifade edilmesi mümkündür. Turizmin yarattığı ekonomik, politik ve sosyo-kültürel etkiler nedeniyle özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde üstlendiği rol giderek önem kazanmaktadır. Sosyal bir olay niteliği taşıyan turizm sektöründe, seyahatler ve konaklamalar sırasında kurulan ilişkiler sonucunda farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip toplumlar arasında etkileşim gerçekleşir. Kültürlerin şekillenmesine yol açan kültürlerarası etkileşimin gerçekleşmesi ise çeviri sayesinde olur. Kültürü evrimleştiren, çeviri eylemidir ve çeviri metinler aracılığıyla gerçekleştirilen kültürel aktarımdır. Turizm çevirileri, turizm endüstrisinin dünya çapında hızlı gelişimi ve toplumların yaşamlarındaki yadsınamayacak ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle kültürlerarası iletişimde başat rol üstlenmektedir.

Milli Saraylar ve müzeler kültürel etkileşim ve aktarımda paha biçilmez bir öneme sahiptir. UNESCO dünya miras listesinde yer alan Topkapı Sarayı, 2019 yılında 2 milyon 364 bin 946 kişiyi ağırlayarak Türkiye ekonomisi ve Türk kültürünün tanıtımı için ne denli değerli bir kültür varlığı olduğunu kanıtlamıştır. Topkapı Sarayının içerdiği kültürel zenginliğin turizm sektöründe kullanılması aynı zamanda ülke tanıtımı için büyük bir önem taşımakta ve bu kültürel zenginlik turizm sayesinde korunarak gelecek nesillere aktarılabilir.

Bu çalışma, tarihi ve kültürel mirasımızın aktarımında önemli görevi olan saray ve müzelerimizdeki turizm metinlerinin kaynak dil Türkçe'den erek dil İngilizce'ye yapılan çevirilerini, Topkapı Sarayı Müzesi örneğinde çeviribilim açısından inceleyecek; kültüre özgü unsurların aktarımında Topkapı Sarayı Müzesi turizm çevirilerinde tercih edilen stratejilere ve çevirmen kararlarına yönelik tespitlerde bulunacaktır. Bu amaç doğrultusunda yazın bölümünde, önce turizmin ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri ve

daha sonra metin türü, dil ve kültürel aktarım boyutlarıyla turizm çevirileri incelenecektir. Çalışmanın kuramsal alt yapısında Çeviri Eylemi kuramı ve Kültürel Semboller kuramı ele alınacaktır. Son olarak Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinlerinin işlevsellik ve kültürel aktarım çerçevesinde çeviri incelemelerine yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm çevirileri, Kültüre özgü unsurlar, Kültürel semboller, Topkapı Sarayı Müzesi, Çeviri stratejileri.

Tarih:



ABSTRACT

Tourism is considered as a multi-dimensional concept which represents a process applying socio-cultural, environmental and economical features. Considering its features, it is acceptable to explain tourism as a phenomenon that is recreational, economical and socio-cultural involving the bulk of multifaceted activities. The role of tourism, its economical and political relations, internationally in particular, has been gaining importance day by day due to its economical, political and socio-cultural effects. Interactive relation in between societies with different social and cultural structures as a result of interaction during travelling and overnight stays in the field of tourism carries features of a social occurrence. Cross cultural interaction that enables the reshaping of cultures is the consequence of translation. It is the act of translation that causes the evolution of cultures and translation is a cultural transference with means of the texts. Tourism translations because of the rapid growth of tourism globally and its inevitable economic and socio-cultural effects in societies have a key role in cross cultural communication.

National Palaces and museums have an unestimable significance on cultural interaction and transference. Topkapı Palace Museum which is in the list of world heritage of UNESCO has improved what a priceless cultural asset for the economy of Turkey and Turkish culture it is, with its 2 million 364 thousand 946 visitors that it hosted in 2019. Topkapı Palace Museum has a crucial importance for the promotion of Turkey, and the cultural richness of this heritage is transferred to the future generations by means of protection provided by tourism.

This research is analysing the translation of tourism texts that are notable in the transfer of our history and cultural heritage provided in palaces and museums in the example of Topkapı Palace Museum from the perspective of translation studies. In this context, the study will make an observation of the translation strategies and the decisions of the translator in the translations of the tourism texts in Topkapı Palace Museum from the perspective of cultural transference. With this purpose, firstly, the economical and socio-cultural effects of tourism and tourism texts with dimensions of text type, language and cultural transference; then theory of Translational Action and theory of Cultural Symbols

as the theoretical frame will be reviewed. Lastly, the translations of tourism texts at Topkapı Palace Museum will be analyzed with the perspective of cultural transference .

Key Words: Tourism translation, Culture specific items, Cultural symbols, Topkapı Sarayı Müzesi, Translation strategies.

Date: 26 Haziran 2020



TABLO LİSTESİ

	<u>SAYFA NO</u>
Tablo 1.1 Dilin işlevleri (Jakobson & Halle, 1956).....	33
Tablo 1.2 Metin türlerini çeviriye uyarlama (Munday, 2010).....	39
Tablo 1.3 Mikro stratejiler (Davies, 2003).....	64
Tablo 1.4 Olduğu gibi aktarma (ödüncleme) örnekleri.....	66
Tablo 2.1 Maenttaeri'nin iş birliği yaklaşımı (Munday, 2010).....	85



GİRİŞ

İnsanlık tarihi kadar eski olan turizm günümüzde hem disiplinlerarası bir bilim dalı hem de bir endüstri koludur. En hızlı gelişen ve en fazla ekonomik gelir sağlayan endüstrilerden biri olan turizm, ulusal ekonomilere katkısı nedeniyle gelişmekte olan ülkeler tarafından artan bir şekilde önemsenmektedir. İnsanın alışık olduğu doğal ortamdan uzaktaki halini inceleyen turizm, turizme maruz kalan ülkelerdeki kaçınılmaz sosyo-kültürel, ekonomik ve fiziksel değişimlerin neden olduğu gereksinimleri ele alır. Turizm, kültürler arasında doğrudan temas içeren bir faaliyettir ve bu kavram, folklor, gelenekler, gastronomi, dans, kurallar, vb. alt başlıkları içerir. Doğası nedeniyle sosyoloji, politika ve psikoloji gibi sosyal bilimin de ilgisini çeken bir alan olduğu söylenebilir.

Turizm herşeyden önce bir hizmet ürünü olarak değerlendirilmektedir. Kişilerin kendi konutlarının dışında, turizm amacıyla yapılan yapı ve tesislerden yararlanmasını ifade eden turizm, aynı zamanda seyahat eylemini ve ulaşım araçlarından yararlanmayı kapsar. Turizm sadece seyahat ve konaklamadan kaynaklanan bir faaliyet olarak açıklanamaz. Seyahat ve konaklamanın meydana getirdiği bütün kurumlar, işletmeler, davranışlar ve faaliyetler turizm kavramı içerisinde kendilerine yer bulmaktadır. Bu nedenle turizm, bir endüstri dalı olarak kabul edilmektedir. Turizm, seyahat eden kişilerin turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri talep ettikleri bir etkinlik olarak da işlev görür. Bu anlamda turizm bir tüketim faaliyetidir ve bu durum onun ekonomik yönüne işaret eder. Turizmin; dinlenme, eğlenme, sağlık, ziyaret, spor, eğitim, bulunan yerden uzaklaşma, bir şeyler keşfetme amacı ile yapılan seyahatleri kapsamaması nedeniyle turizmde kişisel gereksinimlerin giderilmesi esastır ve bu yönüyle kişisel bir olay niteliğindedir. Fakat turizm aynı zamanda toplum içinde gerçekleşmektedir. Toplumsal etkileşim yaratması ve bu etkileşimin ölçülebilir nitelikte olması nedeniyle de sosyal bir olay olma özelliği taşır. Toplamlar ve kültürler üzerindeki etkisiyle turizm, insanların bir toplum içinde birlikte

yaşamalarının belirli bir yönünü oluşturur. Turizm sektöründe seyahatler ve konaklamalar sırasında kurulan ilişkiler sonucunda farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip toplumlar arasında etkileşim gerçekleşir. Toplumlar ve kültürler arası etkileşim turistik bir destinasyondaki yerel toplumun aile, yaşam biçimleri, nüfus, hayat standartları, sosyal sınıflar, eğitim, dini inanışlar, ahlaki değerler, dil, yerel sanat ve yerel kültür gibi unsurlarında gözlemlenebilen toplumsal ve kültürel değişikliklere neden olur.

Turizmin yarattığı ekonomik, politik ve sosyo-kültürel etkiler nedeniyle özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde üstlendiği rol giderek önem kazanmaktadır. Sosyal ve kültürel bir olay olan turizm eyleminin işlevini yerine getirebilmesi için faydalandığı iletişimsel araç turizm çevirileridir. Turizm çevirileri olmaksızın gerçekleşen bir turizm etkinliğinden söz edilemez.

Turizm metinleri ve turizm çevirileri, turizm endüstrisinin dünya çapında hızlı gelişimi ve toplumların yaşamlarındaki yadsınamayacak ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle kültürlerarası iletişimde büyük öneme sahiptir. Turizm metinleri potansiyel müşteriyi ‘turiſt’ kimliğiyle turizm hareketliliğine katılmaya teşvik etme amacı güder. Turizm metinlerinin çevirileri, öncelikle kaynak metnin dilbilimsel unsurlarını ele almak suretiyle kaynak metnin havasını ve yarattığı duyguları erek metinde muhafaza ederken, gereken bilgi aktarımını erek okurun yani turisti kolayca ve zevkle okuyacağı çekici yeni bir metin üreterek gerçekleştirmek durumundadır. Çevirinin kültürel bir eylem olduğunu bilen çevirmen farklı dil kültürlerine arabuluculuk ederken ya da diğerk bir ifadeyle, kültürel köprü vazifesi görürken kaynak kültüre ait referansları, kültürel sembolleri uygun çeviri yaklaşımını benimseyerek çevirebilmenin yolunu bulmalıdır. Turizm metinleri, amacına ulaşmak için dil unsurunu özel şekillerde kullanan teknik metin türü kapsamında ele alınmaktadır. Turizm dilinin dilbilimsel, sosyal ve kültürel unsurları içermesi nedeniyle turizm çevirisi, dil ve metin uzmanlığının yanı sıra kültürel farkındalık ve kültürel duyarlılık gerektirir. Kaynak kültür ile erek kültür arasında iletişim sağlayan turizm çevirileri bir yandan eşitlik ve adalet prensibi çerçevesinde kültürlerarası iletişim ve işbirliğini desteklerken, diğerk yandan kültürler arasındaki farklılıkları ortaya koymaktadır. Çeviri sürecinde, turizm metinlerinden amaca hizmet eden işlevsel erek metinlerin üretilmesi büyük önem taşır. Çevirmenlerin dilsel ve kültürel yeterliliklerinin yanısıra ürün bilgisine sahip, yani tanıtımı yapılan turizm nesnesini iyi bilen ve yaratıcı yazarlık konusunda yeteneklerini kullanabilen kişiler olmaları gerekmektedir.

Çevirmenin sorumluluğu hafife alınamaz. Öte yandan çevirmen, çeviri eylemi sürecinde çevirinin başarısından ya da başarısızlığından sorumlu tek kişi gibi gözüксе de, çeviri sürecinde yalnız değildir. Çeviri, amacı olan ve bu amaç çerçevesinde toplumsal işbirliği gerektiren bir eylemdir. İşveren, çeviri işini doğru eğitimi almış uzman çevirmenlere vermekle; çevirinin amacını çevirmene anlatmakla; çevirmenin işini gereğince icra edebilmesi için ihtiyaç duyduğu çalışma koşullarını sağlamakla ve çeviri işi tamamlandığında işin kalitesini kontrol etmekle sorumludur. İşin kalitesini belirleyen unsur çevirinin işlevselliğidir. Bu noktada çevirinin amacı önem kazanır.

Turizm metinlerinin birden fazla işlevi yerine getirmesi, turizm sektörünün çok sayıda farklı bilim dallarıyla ve disiplinlerle alakalı olması nedeniyle turizm metinlerinde dil unsuru büyük önem taşımaktadır. Dil kültür bağlamında ele alınır. Turizm metinlerinde sıkça rastlanan ve çevrilmesi olanaksız kültüre özgü unsurlar nedeniyle turizm çevirisi yapmak son derece karmaşık bir iştir. İşlevleri doğrultusunda turizm metinlerinin türü ve turizm çevirilerinde dilin işleve uygun kullanımı; çeviri sorunu olarak değerlendirilen kültüre özgü unsurların etkin biçimde ele alınması; çeviri sürecinde kültürler arası boşluktan kaynaklanan çeviri sorunlarını çözmeye kullanılan uygun çeviri stratejileri, kültürel çeviri yapan çevirmenleri ve dolayısıyla çeviri eylemine ortak üst amaç doğrultusunda işbirliği çerçevesinde katılan paydaşları ilgilendiren, çeviri sürecinde değerlendirilmesi gereken temel konuların başında gelmektedir.

Bu çalışma, turizm kültür varlıklarının tanıtımında ve kültürel aktarımda çevirinin rolüne dikkat çekmeyi amaçlamaktadır. Turizmin en önemli kültür varlıklarından olan milli saray ve müzelerimizdeki bilgilendirme ve dönemsel/tarihsel bilgi sunma amacıyla iç ve dış mekanlardaki panolarda yer alan kaynak dil Türkçe'den erek dil İngilizce'ye yapılan turizm çevirilerinin, Topkapı Sarayı Müzesi örneğinde kültürel odaklı bir değerlendirmeye tabi tutulması suretiyle, inceleme üzerinden başka mekanlara ait tanıtım metinlerine de uygulanabilecek bir genel taslak çerçevesi çizmek çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Turizm çevirilerinin önemine dair çeşitli çalışmalar yapılmış olmasına karşın, milli saray ve müzelerdeki bilgilendirme panolarında turizm çevirileri ve önemine dair bir lisans üstü çalışmanın olmaması; Türkiye'deki saray ve müzelerin çokluğu ve kültürlerarası iletişimde üstlendikleri rolün önemi tez konusunun seçiminde etki eden unsurların başında gelmektedir. Çalışmanın saray ve müzelerde yer alan bilgilendirme panolarındaki kültür odaklı turizm çevirilerinin yadsınamaz rolünü ortaya koyması

açısından önem arz ettiği düşünülmekte ve ileride yapılacak başka çalışmalara az da olsa, katkı sağlayacağı ümit edilmektedir.

Araştırmada şu soruların cevapları aranmıştır: Saray ve müzelerde yer alan tanıtım metnlerinin çevirileri işlevlerini yerine getiriyorlar mı? Kültürel aktarıma hizmet eden turizm metnlerinin çevirisinde işlevsel bir yaklaşım benimsenmiş mi? Müze metnlerinde yer alan kültüre özgü unsurların çevirisi hangi yöntem ve stratejilerle ele alınmış? Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinleri, turist ile Türk kültürü arasında kültür köprüsü vazifesi görüyor mu? Topkapı Sarayındaki metinlerin kalitesi işveren tarafından kontrol edilmiş mi?

Soruları yanıtlamak amacıyla tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm ve çeviri ilişkisi çerçevesinde önce turizm kavramı ve akabinde turizm çevirileri ele alınmıştır. Turizm kavramı başlığı altında turizmin ne olduğu açıklanmış ve turizmin ekonomik, politik ve sosya-kültürel etkileri değerlendirilmiştir. Turizmin önemi açıklandıktan sonra turizmde çeviriden hangi amaçla ve nerelerde yararlanıldığı açıklanmış ve turizmin temel iletişim aracı olarak çevirilerin önemi vurgulanmıştır. Turizm çevirilerinin nasıl bir yaklaşımla ele alınmaları gerektiği konusu, turizm metnlerin işlevleri, turizm dili, bir kültürel aktarım olarak turizm çevirisi ve turizm çevirilerinde çeviri yöntem ve stratejileri çerçevesinde incelenmiştir.

İkinci bölümde çeviri kuramları ve turizm çevirisi bağlamında önce Çeviri Eylemi kuramının ve ardından Kültürel Semboller kuramının verilmesi uygun görülmüştür. Bu tercihin nedenleri şöyle sıralanabilir: Çeviri eylemi kuramında işlev, çeviri eylemi sonucu oluşan ürünün düzenlenmesini sağlayan temel bir kavramdır. Çeviri eylemi kültür, iletişim ve eylem açılarıyla sistemsel bir süreçtir; uzman konumundaki çevirmen, çeviri eyleminin diğer paydaşlarıyla ortak üst amaç doğrultusunda toplumsal bir işbirliği içindedir. Çeviri Eylemi kuramı turizm çevirisi eyleminin bütün görüngelerini kapsayan kültür odaklı işlevsel yaklaşımı benimseyen bir kuram olarak öne çıkmaktadır. Bu yönüyle turizm çevirileri incelemesinin kuramsal zeminini destekleyecek uygun bir yol gösterici olarak dikkat çekmektedir. Çeviribilimdeki paradigma değişimine işaret eden yaklaşımları benimseyen Kültürel Semboller kuramına göre çeviriler ve çevirmenler kültürlerin taşıyıcısı, dönüştürücüsü ve normlaştırıcı etkenleri olarak görülmektedir. Turizm çevirilerinin toplumsal etkisini arttırabilmek ancak kültürel sembol ve değerlerin kilit rolünü tanıyan, yorumlayan ve eleştiren bir çeviri algısı ile mümkün olabilir. Bu

bağlamda Çeviri Eylemi kuramı ve Kültürel Semboller kuramı turizm çevirilerinin kültürel aktarımda üstlendiği rolü ve işlevlerini açıklamak için başvuru kuramları olmuştur.

Tez çalışmasının üçüncü ve son bölümünde Topkapı Sarayı Müzesinin Türkiye turizmi için taşıdığı öneme yer verilmiş ve müze hakkında özet bilgi verildikten sonra turizm metinlerinin incelemesine geçilmiştir. Çalışmada iç ve dış mekanlarda yer alan bilgilendirme panolarındaki metinler esas alınmıştır. Profesyonel turist rehberlerinin turist gruplarına verdikleri bilgiler ve sarayda kiralanabilen işitsel rehber (audio-guide)'lerde yer alan metinler başka çalışmaların konularını teşkil edecekleri düşüncesinden hareketle kapsam dışı tutulmuştur. Süreçte Topkapı Sarayı Müzesi Müdürlüğü ile temasa geçilmiş, ancak panolarda yazan bilgilendirme metinlerinin orijinallerine erişim sağlanamamıştır. Müzeler kapanmadan önceki bir dönemde panoların fotoğraflarını çekmek suretiyle metinlere erişim sağlanabilmiş, ancak sarayda devam eden restorasyon çalışmaları sonucunda bazı bölümlerin ziyarete kapalı olması nedeniyle bütün metinlerin fotoğrafı çekilememiştir.

Metin incelemesinde Newmark'ın (1988) kültüre özgü unsurları sınıflamasından, Venuti'nin (1995) makro stratejilerinden ve Davies (2003)'in kültüre özgü unsurların çevirisi için öne sürdüğü mikro stratejilerden yararlanılmıştır. Metin incelemesi, metinlerin amaç, içerik, kullanılan dilin resmiyet derecesi, sözcüksel ve sözdizimsel özellikleri doğrultusunda işlevsellik; kültüre özgü unsurların çevirisinde alınan kararlar ve benimsenen stratejiler doğrultusunda kültürel aktarım bağlamında gerçekleştirilmiştir.

Sonuç bölümünde inceleme sürecinde yapılan tespitlere ve öne çıkan bazı temel sorunlara değinilmiş; evrensel kültür mirasımızın bu önemli yapıtının daha etkili biçimde tanıtılması ve müzeler aracılığıyla kültürel iletişimin güçlenmesi yönünde küçük de olsa etki edeceği umulan bazı öneriler paylaşılmıştır.

BÖLÜM 1. TURİZM VE ÇEVİRİ İLİŞKİSİ

Uluslararası turizm tüm insanlığa mal olmuş kültürel mirasın tanıtımında her geçen gün daha büyük bir önem arz etmektedir. Kültür varlıkları, bir ülkenin kapılarını dış dünyaya açması, medeniyetini ve kültürünü diğer medeniyetlerle buluşturması ve kendini en doğru şekilde tanıtması açısından bir ülkenin sahip olduğu en değerli hazinedir. Medeniyetlerin buluşmasına aracılık eden uluslararası turizm büyük bir süratle gelişen ve küresel ölçekte en fazla ekonomik getirisi olan sektörlerden biri olarak kabul edilebilir. Devâsa bir sanayi kolu ve aynı zamanda disiplinlerarası bir bilim dalı olan turizm, bireyi, toplumları, ulusal kimlikleri, kültürlerarası etkileşimi ilgilendiren çok yönlü bir faaliyet, bir hizmet ürünü, sosyo-kültürel bir tüketim ve boş zaman değerlendirme etkinliği olarak görülebilir. Turizm ulusal toplumların ekonomik, sosyo-kültürel, siyasi ve eğitimsel alanlarına doğrudan etki eder. Uluslararası ilişkileri meydana getirmesi ve desteklemesi nedeniyle ulusların yaşamı için gerekli olan bir etkinlik olarak kabul edilir. Turizmin uluslararasılığı nedeniyle işlevini yerine getirebilmesi için gereksinim duyduğu temel araç, metinler ve turizm metinlerinin farklı dillere yapılan çevirileridir. Uluslararası turizmin inanılmaz gelişimi bir ürün, süreç ve faaliyet olarak çeviride hafife alınamayacak bir artışa neden olmaktadır. Bu yönüyle turizm sektörü çeviri eylemi olmadan etkinliğini sürdüremeyeceği düşünülebilir. Turizm metinleri ve turizm çevirileri, yaratıcı sanayi dallarının en önde gelenlerinden biri olan turizmin, küresel ölçekte gelişimi; ülke ekonomilerine ciddi katkısı ve toplumlar üzerindeki sosyo-kültürel etkileri nedeniyle hafife alınamayacak bir öneme sahiptir. Bu nedenle turizm çevirisi çeviribilim disiplininde araştırılacak bakir bir alan olarak değerlendirilmektedir. Turizm çevirisi için geliştirilen bütünlüklü bir yaklaşımın, insanlığın kültürel mirasına ilişkin kültürlerarası etkileşimin ve farkındalığın artmasına katkıda bulunacağına kesin gözüyle bakılmaktadır. Günümüzde farklı metin türlerinin de çeviri çalışmalarına konu edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Kültür varlıklarının tanıtımında çevirinin rolüne dikkat çekmeyi hedefleyen çalışmanın bu bölümünde turizm ve çeviri arasındaki ilişki değerlendirilecektir. Bu amaçla önce genel hatlarıyla turizm kavramı ele alınacak ve daha sonra dil, metin, kültürel aktarım ve çeviri stratejileri boyutlarıyla turizm çevirisi incelenecektir.

1.1. TURİZM KAVRAMI

Turizm kavramının kökeni, Latince’de dönme hareketini ifade eden ‘tornus’ sözcüğünden gelmektedir. ‘Tour’ dairesel bir hareketle; iş ve eğlence amacı ile yapılan yer değiştirme hareketine işaret eder. ‘Touring’ sözcüğü ise, zevk için yapılan eğitsel-kültürel özellik gösteren seyahatlar için kullanılır. İngilizce’deki ‘touring’ ve ‘tour’ ifadeleri de bu sözcükten türemiştir (Akad, 2008, s. 1-13). Türk Dil Kurumu sözlüğünde (TDK, 2009) ise turizm, dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi ya da bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin; yapılan çalışmaların tümü olarak tanımlanmaktadır.

Turizm, kültürler arasında doğrudan temas içeren ve çok çeşitli alt başlıklar içeren bir faaliyettir. Doğası nedeniyle sosyal bilimlerin ilgisini çekmektedir. Bu nedenledir ki turizm kavramına ait çok çeşitli tanımlamalar yapılmaktadır. Bu tanımlar nominal, ekonomik ve uluslararası olarak sınıflandırılabilir. Nominal tanımlar turizmi ulaştırma açısından açıklamaya çalışırken; ekonomik tanımlar, turizmin finansal yanını inceler. En basit anlamda bir tanım yapmak gerekirse; turizm insanın alışık olduğu doğal ortamdan uzaktaki halini inceleyen bir disiplindir. Bu incelemeyi yaparken, turizme maruz kalan ülkelerdeki sosyo-kültürel, ekonomik ve fiziksel değişimlerin neden olduğu gereksinimleri ele alır.

Kaçınılmaz değişimlerin ortaya koyduğu gereksinimlerin en açık şekilde hissedildiği alan ekonomik alan olarak yorumlanabilir. Büyük bir süratle gelişen ve en fazla ekonomik gelir sağlayan endüstrilerden biri olan turizm, ulusal ekonomilere katkısı nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından artan bir şekilde önemsenmektedir. Fakat sosyo-kültürel etkisi de, ekonomik etkisi kadar açık olmasa da yadsınamaz. Bu sebeple turizmin bir disiplinlerarasılık örneği olduğunu iddia etmek yanlış olmaz. Turizmle ilgili akademik disiplinler ve yaklaşımlar arasında turizm ekonomisi, pazarlama politikaları, beşeri bilimler ve sosyoloji ön plandadır. Turizm ekonomisi ve pazarlama politikaları, turizmin ticari ve ekonomik boyutunu ön plana çıkarırken; beşeri bilimler ve sosyoloji, turizmin toplumlar üzerindeki etkisine ve kültürel boyutuna odaklanır.

İnsanlık tarihi kadar eski olan turizmin nasıl olupta bazı ülkelerin, şehirlerin ya da bölgelerin tek yaşam kaynağına dönüştüğünü; turizmin bugünkü şeklini ve önemini anlayabilmek için turizm tarihine bakılabilir. M.Ö. 1500’lerde eski Mısır’da, nüfusun

imtiyazlı kesiminden olanlar, meraktan ya da dinlenmek amacıyla piramitleri ziyarete giderlerdi (Casson, 1994). Kölelerin sağladığı bedava işgücü sayesinde özgür olanlar için bolca boş zaman ve tatil fırsatının yaratıldığı Antik Yunan Medeniyetinde turizm ve seyahat için son derece elverişli bir ortam bulunduğu söylenebilir (Page, 2007, s. 30). İlki M.Ö. 776 yılında düzenlenen olimpiyat oyunları dünyanın dört bir yanından seyircileri cezbederek, seyahat ve turizm hareketlerinin artışına katkı sağlayan önemli unsurlardan biri olarak değerlendirilebilir. Geniş ölçekli bir spor faaliyeti olan Olimpiyat oyunları zaman içinde izleyicilerin çok uzak yollardan geldiği ve çadır kamplarda konakladığı bir turizm faaliyetine dönüşmüştür. Shackley'e (2006) göre; belirli bir süre için çok sayıda insanı kısıtlı bir alanda konuk eden ve her defasında daha da gelişen organizasyonu için devlet desteği alan olimpiyat oyunları, modern turizmin başlangıcı olarak kabul edilebilir.

Antik Yunan ve Roma'da elit kesim, olimpiyat oyunları gibi organizasyonlar dışında eğlenmek ya da dinlenmek için yaz tatillerini evlerinden uzakta bir yerlerde; deniz kenarında ya da kırsaldaki tatil beldelerinde geçirirlerdi. Antik Yunan Medeniyetinin ardından Romalıların seyahat ve turizm faaliyetlerine katkıları turizm tarihi için ayrı bir önem taşımaktadır. Zira "Romalıları, yaptıkları müzeler, rehber kitaplar, geceleri içki içen ve gürültü yapan turistleri ağırlayan deniz kıyısı otelleri, mum ışığıyla akşam yemeği partileri düzenleyen restoranları, spaları, hediyelik eşya mağazaları, kartpostalları, konser salonları ve daha pek çok türdeki turistik ürün ve faaliyetleriyle modern turizmin başlangıcını oluşturmuşlardır" (Lomine, 2005, s. 69). Romalıların turizme katkısı yaratıcı turizm faaliyetleriyle sınırlı değildir. M.Ö. 150'lerde ünlü Roma yolları ağının tamamlanması, tatil turizminin giderek önem kazanmasına neden olan en büyük katkı olarak kabul edilebilir. İskoçya'dan Kudüs'e kadar geniş bir alanı kaplayan Roma yollarının uzunluğu en gelişmiş devresinde 80.800 km'yi bulmuştur (WEB_1, 2018). Antik Yunan ve Roma'da, aynı zamanda Sicilya, Rodos, Truva ve Mısır gibi farklı dillerin konuşulduğu, farklı kültürlerin egemen olduğu yerleri de gezerlerdi. Dinlenmek, tatil yapmak, yeni yerler görüp merak gidermek, festivallere katılmak ve çeşitli oyunları izlemek belli başlı motivasyon unsurlarıydı (Sulaiman & Wilson, 2019, s. 3-16).

Roma İmparatorluğunun yıkılışından sonra zengin ve soylu kesimin yok olması nedeniyle turizm hareketliliğinde ciddi bir durgunluk yaşandığı dikkat çekmektedir. 400'lü yıllarda başlayan karanlık çağda, renkli turizm etkinliklerinin ortadan kalkması yaşanan durgunluğun en önemli nedenlerinden biri olarak kabul edilebilir (Bhatia, 2002,

s. 8). Feodal sistem ve derebeylik sisteminin egemen olduğu yerlerde görkemli olimpiyat oyunları ve festivaller, yerlerini soyluların ve şövalyelerin katıldığı atlı mızrak turnuvalarına bırakmıştı. Her ne kadar bu tür faaliyetler bir dereceye kadar konaklama ve seyahat arzusu yaratsa da, 1100'lere gelindiğinde insanlar genel olarak seyahat motivasyonlarını kaybetmişlerdi. Turizm için gereken hizmet, konfor ve güvenliğin ortadan kalkması; dönemin yeni Roma İmparatorlarının kitleler için boş zaman ve seyahat imkanları yaratma konusunda isteksiz oluşu turizmde yaşanan gerilemenin başlıca nedenleri olarak görülebilir (Bhatia, 2002).

Orta çağa gelindiğinde seyahat motivasyonu Hristiyanlığın yükselişine paralel çok daha zorlayıcı koşullara sahip dinsel nedenlere dönüştü. Kutsal yerlere yapılan yolculuklar çok daha zorlu koşullar altında ve daha uzun sürelerde yapılabiliyordu. Dinin seyahatlerin önemli bir parçası haline geldiği bu dönemde, insanlar genelde yürüyerek ya da binek hayvanlarını kullanarak kutsal topraklara seyahat ediyorlardı. Ancak zengin yolcular deniz yolculuğundan ya da at arabalarından yararlanabiliyordu (Bhatia, 2002, s. 9) Orta çağ boyunca varlıklı halk arasında ruhsal gelişim amacıyla hacca gitmek son derece sık rastlanan, olağan bir durum olarak yorumlanabilir. Turizm faaliyetlerini baltalayan gelişmelere rağmen orta çağ döneminde bazı önemli seyahat etkinliklerinden söz edilebilir. Örneğin 500'lü yıllarda Polinezyalılar'ın Sosyete Adaları'ndan Hawai'ye kadar yelkenlilerle yaptığı 2000 milin üzerindeki yolculuk; Vikingler'in 800-1100 yılları arasında İzlanda, Grönland ve Kuzey Amerika'ya yaptıkları keşif gezileri; Marco Polo'nun 1271-1295 yılları arasında İran, Tibet, Gobi Çölü, Burma, Siyam, Java, Sumatra, Hindistan, Sri Lanka, Sibirya Kutup Bölgesi ve diğer yerlere yaptığı seyahatler; İbn-i Batuta'nın 1325-1354 yılları arasında altı kez hac ziyareti yapması; Hindistan, Çin, İspanya, ve Afrika'yı dolaşması, bu dönemde dikkat çeken turizm faaliyetleri arasında sayılabilir (Goldner & Ritchie, 2006, s. 60-61). Orta çağ döneminden 16. yüzyıl sonlarına kadar tarım toplumunda yaşayan insanların son derece durağan bir yaşam sürdükleri ve aciliyet gerektiren durumlar dışında bulundukları bölgelerin dışına çıkmadıkları bilinmektedir. Endüstri döneminde elit kesimden olanların yaşamlarında seyahat etmek değer kazansa da, tarımla uğraşan kesimin yaşam tarzlarında pek bir değişiklik olmadığı söylenebilir.

İtalya'da başlayan Rönesans Avrupa'dan çıkış yaparak tüm dünyada sosyo-kültürel ve siyasi değişimlere neden olmuş ve aynı yıllar İtalya'da görülen savaşlara rağmen bu

bölgeyi 1400'lü yılların sonundan itibaren Avrupa'nın ekonomi, kültür ve sanat merkezi haline getirmiştir. Rönesansın hızla yayılması turizm tarihi için dönüm noktası olan 'Grand Tur' ların başlaması için gereken zemini hazırlamıştır (Bhatia, 2002, s. 10).

Seyahat etme olgusunun bir sonraki önemli değişimi, 17. yy'da 'Grand Tour' fikrinin yayılmasıyla gerçekleşmiştir. Seyahat ve turizm tarihinde çok önemli bir yeri olan 'Grand Tour', öncelikle genç, soylu ve zengin İngiliz erkeklerin, eğitim almak, kültür edinmek ve eğlenmek amacıyla öncelikle İtalya, Fransa, İsviçre ve Almanya olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerine yaptıkları üç yıla kadar uzayan seyahate verilen isimdir (Goldner & Ritchie, 2006). Uzun soluklu bu geziye kültürel farkındalıklarını geliştirmek amacıyla çıkan Avrupalı gençler, macera tutkularını beslerken aynı zamanda sosyal statülerini de yükseltmekteydiler. İleride tahta çıkacak veliahtların kültürlerini arttırmak ve dünya görüşlerini geliştirmek amacıyla bir eğitim programının parçası olarak ortaya çıkan 'Grand Tur' larda geziye katılan gençlere rehberler eşlik ederdi. Zaman içinde bu turun yarattığı etkinlikler özel bir sektöre dönüşmüş ve konularında uzmanlaşmış kişiler sektörde yer almaya başlamıştır.

1700'lerin sonlarından itibaren dünya tarihindeki siyasi ve endüstriyel değişimler modern turizm ve seyahat etkinliklerinin başlangıcına işaret eder. Yeni buluşlar ve teknolojik gelişmeler neticesinde buharlı makinaların sanayide kullanımı yaklaşmakta olan sanayi devriminin habercisi olarak dikkat çeker. İnsan gücünün fabrikalara yönelmesi, kentsel yaşama geçişin hızlanması birçok insanın doğup büyüdüğü yerlerin dışına seyahat etmesiyle sonuçlanır. Uzun çalışma saatlerine rağmen, yine de insanların gönülleriyle etkinliklerde bulunabilecekleri zamanları ve ekonomik gelirleri oluşmuştur. İş yaşamındaki köklü değişiklikler insanların tutum ve davranışlarına da etki eder ve böylece seyahat etme fiziksel, zihinsel ve duygusal gereksinimleri gideren bir etkinliğe dönüşür. Endüstri devrimiyle, daha ziyade zenginlerin tekelinde olan seyahat imkanları ucuzlar ve bu sayede turizm, halkın daha geniş kesimine hitap etmeye başlar. Tarihçiler kitle turizminin, endüstri devriminin gerçekleşmesiyle İngiltere'de orta sınıfın yükselişi ve ucuz ulaştırma imkanlarının doğuşu ile başladığını ileri sürmektedir. (Theobald, 2005, s. 5).

18. ve 19. yüzyıllardan itibaren buharlı makinaların sanayide kullanımı ve demiryolu ağının genişlemesine paralel, orta sınıf halkın ekonomik engellerinin kalkmasıyla turizm artık kitlelerin ilgisini çeken bir etkinliğe dönüşmeye başlar. Turizm, özellikle Amerika

Birleşik Devletleri ve Avrupa kıtasında herkes için mümkün ve arzu edilen bir fenomene dönüşür. (Harrison & Sharpley, 2017).

20. yüzyılda patlayan dünya savaşları ve dünya yapısındaki önemli siyasi gelişmeler uluslararası turizm hareketlerini olumsuz yönde etkiler. Öte yandan savaşların getirisi teknolojik gelişmelerin savaş sonrası dönemlerde turizmin gelişimine katkısı hafife alınamaz. 1. Dünya Savaşının teknolojiye etkisi uzun vadede karayolu taşımacılığını geliştirirken; 2. Dünya Savaşının ardından ticari hava endüstrisinin gelişmesi ve savaşta kullanılan uçakların sivil yolcu taşımacılığına aktarılması ile başlayan havayolu taşımacılığı, uluslararası turizmin hızla gelişmesine neden olur (Theobald, 2005, s. 5).

Ulaşım ve haberleşmede meydana gelen teknolojik gelişmeler, insanların gelir düzeylerinin artması ve daha fazla boş zamanlarının olması, çevre algısının değişmesi, eğitimdeki ilerlemeler ve dünya savaşlarının sonucunda deniz aşırı ülkelere ilginin artması nedeniyle turizm son iki yüzyıl içerisinde önemli gelişmeler göstermiştir. Yer değiştirmeye duyulan heves ve edinilen yeni izlenimler, bölgesel markalaşmayı desteklemek amacıyla küresel medyada paylaşıldıkça küresel hareketlilik artmaya devam etmekte ve bütün ekonomik krizlere, siyasi gerilimlere, savaşlara ve doğal afetlere rağmen her geçen gün daha fazla insan eğlenmek, dinlenmek, meraklarını gidermek ve farklı ülkelerin turistik yerlerini görmek için yurt dışına çıkmaktadır (Novozhilova, Korolkova, Shovgenina & Shovgenin, 2018).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) son yayımlanan Turizm Barometresi'ne göre (WEB_2, 2019); dünyayı gezen turist sayısı 2018'de, öngörülenden iki yıl önce 1.4 milyar kişiye ulaşmıştır. Bir önceki yıla göre turist hareketliliğindeki yüzde 6'lık artış yakın gelecekte turizmin dünyanın en gözde sektörlerinden biri olmaya aday olduğuna işaret etmektedir.

Turizm her şeyden önce bir hizmet ürünüdür. Bu hizmet ürünü ise dinamik ve statik olmak üzere iki ana unsurdan oluşmaktadır. Statik unsur olarak tanımlanan konaklama, kişilerin kendi konutlarının dışında, turizm amacıyla yapılan yapı ve tesislerden yararlanmasını ifade ederken; dinamik unsur, seyahat eylemini ve ulaşım araçlarından yararlanmayı kapsar. Turizmin gerçekleşebilmesi için temel koşul, yer değiştirmeyi sağlayan seyahat eylemidir. Ancak seyahatlerin turizm kapsamına dahil edilebilmesi için geçici olması, turistlerin kendi konaklama yerlerinin dışındaki mekanlarda kalması ve seyahat sonunda kendi kalıcı konutlarına dönmeleri gerekmektedir.

Seyahat ve konaklamanın meydana getirdiği bütün kurumlar, işletmeler, davranışlar ve faaliyetler turizm kavramı içerisinde kendilerine yer bulmaktadır. Bu nedenle turizm, bir endüstri dalı olarak kabul edilmektedir. Türk Dil Kurumu ‘endüstri’ sözcüğünü; ‘Ham maddeleri işlemek, enerji kaynaklarını yaratmak için kullanılan yöntemlerin ve araçların bütünü’ olarak tanımlamaktadır. Turizm de bu tanıma uygun olarak kaynaklar yaratmakta ve bu kaynakları değerlendirecek yöntemler bulmaktadır. Bu yönüyle, Güdü’nün (2011) de ifade ettiği gibi turizm; entegre endüstri, hizmet endüstrisi ve endüstrileşmeyi sağlayan bir işleyim olma özelliklerine de sahiptir.

Turizm, seyahat eden kişilerin turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri talep ettikleri bir etkinlik olarak da işlev görür. Turizm bir tüketim faaliyetidir ve bu durum onun ekonomik yönüne işaret eder. Döviz bozdurulması, seyahat edilen ülkeye gelir sağlanması, görünmeyen ihracat özelliği taşıması turizmin ekonomik cephesidir.

Turizm, kişisel gereksinimlerin giderilmesini esas alan, bireysel bir olay olma niteliği taşımaktadır. Öte yandan turizm aynı zamanda toplum içinde gerçekleşmektedir. Toplumsal etkileşim yaratması ve bu etkileşimin ölçülebilir nitelikte olması nedeniyle de sosyal bir olay olma özelliği taşır (Güdü, 2011).

Turizmin özelliklerinden yola çıkarak, çok yönlü faaliyetler bütünü kapsayan ekonomik ve sosyo-kültürel bir tüketim ve boş zaman değerlendirme olayı olarak ifade edilmesi mümkündür. Turizmin yarattığı ekonomik, politik ve sosyo-kültürel etkiler nedeniyle özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde üstlendiği rol giderek önem kazanmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketinden en büyük faydayı sağlayan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi artırmaktadır.

Dünya turizmindeki büyümeleri bölgelere göre inceleyen UNWTO, 2019 yılı turizm Barometresi’ndeki saptamalara göre (WEB_2, 2019), 2018 yılında Ortadoğu yüzde 10, Afrika yüzde 7, Asya ve Pasifik ile Avrupa bölgesi yüzde 6’lık büyümeler kaydetmiştir. Avrupa’ya giden uluslararası turist sayısı 2018’de 713 milyona ulaşarak bir önceki yıla göre yüzde 6 gibi önemli bir artış göstermiştir. Yüzde 6’lık artışla Asya ve Pasifik bölgesi, 2018 yılında 343 milyon uluslararası turisti ağırlamıştır. Amerika bölgesi 2018’de yüzde 3’lük artışla, toplam 217 milyon uluslararası ziyaretçiyi kabul ederken; Kuzey Amerika yüzde 4, Güney Amerika yüzde 3, Orta Amerika ve Karayipler yüzde 2’lik artışlar yakalamıştır. Bir önceki yıla göre yüzde 10’luk ziyaretçi artışı yaşayan Afrika bölgesi

toplamda 67 milyon turiste ev sahipliği yapmış, yüzde 10'luk artış yakalayan Ortadoğu'ya giden turist sayısı 64 milyon kişiye ulaşmıştır. 2018'de en fazla uluslararası turist çeken ülkeler 89 milyon ile Fransa, 83 milyon ile İspanya ve 80 milyon ile Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Dördüncü sırada 63 milyon ile Çin yer alırken, onu 62 milyon ile İtalya izlemektedir. Listenin altıncı sırasında ise 46 milyon turist ile Türkiye'nin yer aldığı görülmektedir. 2018 ile bir önceki yılın turist sayısı karşılaştırıldığında en büyük artış oranını yüzde 22'lik artışla Türkiye'nin yakaladığı söylenebilir (WEB_2, 2019).

Turizmden en fazla gelir elde eden ülke 214 milyar Amerikan doları ile ABD iken, 74 milyar dolarla İspanya ikinci ve 67 milyar dolar ile Fransa üçüncü sırada yer almaktadır. Avustralya ve Japonya, en çok ziyaret edilen ilk on ülke arasında değildir. Buna rağmen turizmden en çok kazanan ülkeler listesine girmeleri dikkat çekmektedir. Türkiye ise en çok ziyaret edilen ilk on ülke arasında olmasına rağmen en çok kazanan ülkeler listesinde yer almamaktadır. Türkiye'nin turizm geliri, 2019 yılında bir önceki yıla göre yüzde 17 artarak 34 milyar 520 milyon 332 bin dolara ulaşmıştır.

Turizm, ekonomik yararlılığını kısa sürede gösteren en önemli sanayi dallarından biridir. Özellikle yatırım verimliliği, vasıfsız işgücü için yarattığı iş imkanları ve döviz girdisi sağlama özelliği nedeniyle hafife alınamayacak kadar değerli bir alan kabul edilebilir. Turizm; gelişmekte olan ülkelere döviz girdisi sağlayarak, yeni istihdam olanakları yaratarak ve dış ödemeler bilançosu açıklarını kapatarak ekonomilerine hareketlilik kazandırmaktadır. Yıldırım (2015), gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörünün önemine dikkat çeker. Tarihi ve doğal güzelliklerini diğer ülkelere pazarlayabilen bölgeler, turizm gelirlerini ve dolayısıyla da döviz gelirlerini artırarak, kalkınmada ve büyümede en çok ihtiyaç duyulan sermayeyi sağlama yoluna gitmektedirler.

Boş zaman ve tasarrufun nasıl kullanılacağı ile ilgili ekonomik bir kararla başlayan turizm, küresel ölçekte en önemli ekonomik dinamiklerden biri olarak kabul edilebilir. Günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm ekonomik büyümenin ve gelişmenin önemli ayaklarından biri olarak değerlendirilmektedir.

Turizm sektörünün en olumlu ve en önemli sonuçları dış ödemeler bilançosundan ortaya çıkar. Görünmeyen ihracat olarak da isimlendirilen turizm sektöründen elde edilen dövizler, ödemeler bilançosu açıklarını kapamada önemli bir rol üstlenir. Bir ülkenin dış

ödemeler bilançosu, o ülkenin uluslararası ödeme gücünü gösterdiğinden uluslararası alandaki en önemli mali ve ekonomik itibar göstergelerindendir. Dış ödemeler bilançosu, hükümetlerin uyguladıkları ekonomi politikalarının bir sonucudur ve uygulanan politikaların başarılı olduğunun işaretidir. Turizmin ekonomik etkileri; döviz arz ve talebine, dış ödemeler dengesine ve fiyat istikrarı üzerine olmak üzere üç temel başlık altında toplanabilir (Durgun, 2006, s. 17-22). Turizm sektörünün ekonomik etkilerinden yararlanabilmek için doğal güzellik ve tarih her durumda yetmeyebileceği gibi bir ülkenin turizmden elde ettiği gelir o ülkeyi ziyaret eden turist sayısı ile doğru orantılı olmayabilir. Turizmin olumlu etkilerle işlevini yerine getirebilmesi, aynı zamanda yöredeki siyasal istikrar, doğru hükümet politikaları ve markalaşma (branding) ile alakalıdır.

Turistlerin görülecek yerler listesinde ön sıralarda yer alan markalaşmış ülkeler, ekonomik ve siyasi itibarı yüksek ülkelerdir. Turizm destinasyonlarının markalaşması, ‘markanın tespiti’, ‘tasarımı’ ve ‘tanıtımı’ olmak üzere üç aşamalı bir süreç içinde gerçekleşir. Marka, bir dizi benzersiz niteliğin ve evrensel insani değerlerin temsilidir. Markanın temsili, markası yaratılan yerin tanınmış, popüler ve her koşulda talep gören original tüketicisinin, diğer bir deyişle kaynak kültürün özelliklerini yansıtır (Zimina, 2015). Talep edilen bu markanın zihinlerdeki temsili duygusal anlamda eşsiz bir imgedir. Markanın imgesini besleyen unsur, markalaşmış yerin herkes tarafından bilinen doğal, tarihi, endüstriyel, sosyo-kültürel özellikleridir. ‘Markalaşma’, birçok farklı disiplinden uzmanın ortak üst amaç doğrultusunda iş birliği yaptığı, uzun soluklu, yüksek maliyetli aynı zamanda kültürlerarası iletişim gerektiren uzun soluklu bir süreç olarak değerlendirilebilir.

Turizm; bir toplumun dünya görüşünü, anlayışını ve diğer ülke insanlarına bakış açısını etkileyen sosyal bir olay niteliği taşımaktadır. Toplumlar ve kültürler üzerindeki etkisiyle turizm, insanların bir toplum içinde birlikte yaşamalarının belirli bir yönünü oluşturur. Turizm sektöründe, seyahatler ve konaklamalar sırasında kurulan ilişkiler sonucunda farklı sosyal ve kültürel yapılara sahip toplumlar arasında etkileşim gerçekleşir. Turizm sektörünün neden olduğu toplumsal değişimler oldukça geniş bir yelpazede ele alınabilir. Toplumlar ve kültürler arası etkileşim; turistik bir destinasyondaki yerel toplumun aile, toplum, yaşam biçimleri, nüfus, hayat standartları, sosyal sınıflar, eğitim, dini inanışlar, ahlaki değerler, dil, yerel sanat ve yerel kültür gibi

unsurlarında gözlemlenebilen toplumsal ve kültürel değişikliklere neden olmaktadır (Güdü, 2011).

Turizmi hem insan ilişkileri hem de toplumsal ilişkiler boyutunda bir etkileşim unsuru olarak açıklamak mümkündür. İnsanların, turizm faaliyetlerine katılarak başka ülkelere seyahat etmeleriyle hem seyahat ettikleri ülke insanlarından etkilenmeleri hem de varış noktasındaki yerel halkı etkilemeleri söz konusudur. Bir ülke ya da bölgeye seyahat eden turistler, tatillerini bitirdikten sonra ülke ya da bölgeye olumlu veya olumsuz etkiler bırakarak evlerine dönerler. Turizmin doğası gereği kendiliğinden gerçekleşen kültürlerarası etkileşim, toplumlar ve kültürler arasında empati, anlayış ve hoşgörüye neden olurken toplumlar sadece diğer toplumların değil, kendi toplumlarının da kültürlerini tanır. Seyahat etkinliği kültürlerin kendi bireysel deneyimlerini yaşarken diğer kültürlerle birlikte uyum içinde var olmalarını mümkün kılar. Mityagina (2009) için turizm etkinliğinin kültür boyutu küreselleşme yönünde toplumlararası ortak bir niyeti ve istekliliği ifade etmektedir. Turizm eylem sürecinde sürekli olarak birbirleriyle aynı ortamı paylaşan ev sahibi konumundaki yerel toplum ile turistlerin ilişkilerinin olumlu yönde geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır. Ev sahipliği yapan ülkenin insanı ile farklı dil kültüründen gelen turistlerin her zaman birbirlerini kolayca anlamaları mümkün değildir. Dil engeli, kültürel farklar ve toplumların birbirleri hakkında taşıdıkları önyargılar karşılıklı anlama ve anlayışın önündeki temel engeller arasında sayılabilir. Turistler ile yerel halk arasındaki ilişkilerin iyi olması, yerel halkın turistlere karşı tepkisini azaltabileceği gibi turistlerin de yöre kültürü hakkındaki önyargılarını ortadan kaldırmaları yönünde etki eder. “Kültür, insanların birbirlerini ve dünyayı algılamalarının bir bütünü olarak değerlendirilebilir” (Reisinger & Turner, 2003, s. 8). Bu bağlamda kültürün bir unsuru olan turizmin kültür üzerindeki etkilerinin belirleyici olduğu kabul edilebilir.

Sosyal ve kültürel bir olay olan turizm eyleminin işlevini yerine getirebilmesi için iletişimsel bir araç olan dile, ev sahipliği yapan ülkenin kültüründe doğru şekilde üretilmiş işlevi olan kaynak metinlere ve bu kaynak metinlerin, erek kültürde işlevi olan çevirilerine yani erek metinlere gereksinimi vardır. Bu nedenle bir sonraki bölümde, ‘Turizm Çevirisi’ başlığı altında öncelikle turizm dili, turizm metinleri ve turizm çevirilerinde kültürel aktarım ele alınıp, ardından kültürel aktarıma uygun çeviri stratejileri incelenecektir.

1.2. TURİZM ÇEVİRİSİ

Turizm çevirileri, turizm endüstrisinin dünya çapında hızlı gelişimi ve toplumların yaşamlarındaki yadsınamayacak ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri nedeniyle kültürlerarası iletişimde başat rol üstlenmektedir. Turizm çevirisinin kapsam alanını ve çeşitliliğini açıklamak için öncelikle ‘turist’ kavramını incelemek uygun bir başlangıç noktası olarak düşünülmektedir. Turistin nitelikleri ve turizm eyleminin çeşitliliği turizm metnlerinin çeşitliliğini ortaya koyar. Turist kavramı, belirli bir boş zamana ve düzenli ekonomik gelire sahip; geçici süreliğine yaşadığı yer dışında seyahatlar yapan; gittiği yerde en az bir gece konaklayan ve konaklama yerlerinde çeşitli hizmetler satın alan kişi olarak açıklanabilir. Diğer bir ifadeyle, turist doğası gereği konaklama, yeme-içme gibi somut amaçları ve dinlenme, eğlenme, merak, kültür, eğitim ve spor gibi soyut amaçları nedeniyle yer değiştiren kişidir. Turistin talepleri ve işletmelerin ya da ülkelerin pazar paylarını korumak ve geliştirmek amacıyla arzlarını farklılaştırma yönündeki çabalarının tümü olarak açıklanabilen ‘turizm çeşitlendirmesi’ (Kulu, 1994), çok geniş bir yelpazeye yayılan bir turizm çevirisine işaret eder. İnanç turizmi, kış turizmi, av turizmi, sağlık turizmi, kongre turizmi, deniz turizmi, kültür turizmi, vb. turizm çeşitlerine örnek gösterilebilir. Turizm çeşitlendirmesi çerçevesinde çok çeşitli konularda teknik alan bilgisi gerektiren, kültüre özgü ifadelerle yüklü, çok işlevli turizm metinleri farklı biçim ve içeriklerde ortaya çıkmaktadır. Turizm acentalarının web siteleri, seyahat acentalarının tur programları, restoran menüleri, müze ve saraylarda yer alan bilgilendirme metinleri, görsel-işitsel rehberler, filmler, klipler, kullanma kılavuzları, turizm broşürleri, tanıtım ve reklam metinleri, vb. turizm metinlerine örnek gösterilebilir. Bu tür metinlerin temel amacı bulundukları bölgeyi daha etkili bir şekilde tanıtmak, belli bir yöreye özgü yer isimlerini, mimari yapıları, yemek isimlerini vb. öğeleri metnin alıcısıyla buluşturmak, söz konusu bölgeye daha fazla turist çekmek ve o bölgeyi canlandırmaktır. Popüler metin olarak değerlendirilebilecek turizm metinleri okurunun çok çeşitli olduğu düşünülürse, turizm metnlerinin kolay okunur, anlaşılır metinler olma özelliği öne çıkmaktadır. Turizm metinlerinde temel odak noktası herşeyden önce bilgi iletimidir.

Sulaiman, günümüzde en çok çevirisi yapılan metinlerin başında turizm metnlerinin yer aldığını belirtir (Sulaiman, 2016). Zira dünyamız, ulaşımın kolaylaşması; yaşam koşullarındaki iyileşmeler, çalışma saatlerinin azalmasına paralel, insanların kendilerine

ayırabildikleri zamanın artması ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sebebiyle küresel ölçekte muazzam bir turizm hareketliliğine sahne olmaktadır. Ekonomik ve siyasal getirileri nedeniyle bütün dünya ülkelerinin turizm sektörüne ciddi yatırımlar yaptığı bilinmektedir. Bu nedenle, turizmde yaşanan gelişmeler doğrultusunda, turizmin en temel iletişim aracı olan turizm metinleri ve turizm metinlerinin çevirisi büyük bir önem taşımaktadır. Turizm çevirilerini incelerken önce turizm metinlerinin işlevini gözden geçirmek yerinde olacaktır.

Turizm metinleri potansiyel müşteriye ‘turist’ kimliğiyle turizm hareketliliğine katılmaya teşvik etme amacı güder. Diğer bir deyişle; turizm metni, erek kültür okurunu hakkında bilgi verilen ya da tanıtımı yapılan destinasyonu ziyaret etmeye özendirir ve bu sayede işlevini yerine getirdiğinden söz edilebilir. Ancak “turizm metinlerinin işlevlerini yerine getirebilmesi için ön koşul yüksek kalite turizm çevirileridir” (Mityagina, Novikova, Makhortova & Volkova, 2017, s. 52-55). Turizm çevirilerinin kalitesinden söz ederken öncelikle turist ile ziyaret edilen ülke arasında kültürel köprü vazifesini yerine getirip getirmediği konusu ve dolayısıyla turizm çevirilerinin işlevselliği akla gelmektedir. Turizm çevirisi yaparken çevirmenin orijinal metinden, erek kültürde anlam ifade eden yeni bir metin üretmesi beklenir. Bu nedenle, Mityagina vd.’ne (2017) göre, “çevirmen, kaynak metnin dilbilimsel unsurlarını ele almalı; kaynak metnin havasını, rengini, genel olarak metnin yarattığı duyguyu erek metinde muhafaza edebilmeli ve bunları yaparken aynı zamanda turistin kolayca ve zevkle okuyacağı, doğru ve çekici bilgiler veren etkili metinler üretmelidir”. Çevirinin kültürel bir eylem olduğunu bilen çevirmen, farklı dil kültürlerine arabuluculuk yaparken kaynak kültüre ait kültürel referansları erek kültürde karşılayabilecek sözcükler ve ifadeler kullanmalıdır.

Turizm çevirileri, turist destinasyonu olan ülkeyle, başka bir ülkeden, dilden ve kültürden gelen turist arasında olumlu bir ilişkinin kurulmasına hizmet eder. Çeviri, bir dilden diğerine yapılan basit bir aktarım değildir. Çeviri, herşeyden önce kaynak metnin, farklı alışkanlıkları, zevkleri, düşünce yapısı ve dünya algısı olan farklı bir dinleyiciye ya da okura uyarlanmasını gerektirir.

Turizm metinleri, amacına ulaşmak için dil unsurunu özel şekillerde kullanan özel metin türü kapsamında ele alınırlar (Napu, 2018). Turizm çevirisi dil ve metin uzmanlığının yanı sıra, kültürel farkındalık ve kültürel duyarlılık gerektirmektedir. Turizm çevirilerinde çevirmen, erek metnin kültürel normlarını göz önünde

bulundururken yabancı turistlerin beklentilerini yerine getirir. Kaynak kültür ile erek kültür arasında iletişim sağlayan turizm çevirileri bir yandan eşitlik ve adalet prensibi çerçevesinde kültürlerarası iletişim ve işbirliğini desteklerken, diğer yandan kültürler arasındaki farklılıkları ortaya koymaktadır (Chen, 2017). Bu nedenle çeviri sürecinde, turizm metinlerinden amaca hizmet eden işlevsel erek metinlerin üretilmesi büyük önem taşımaktadır. Öte yanda, turizm metinlerinde kültürel aktarımı sektöre uğratan dilsel ya da kültürel düzeyde birçok hataya rastlanmaktadır. Turizm metinlerinde gözlenen hataların nedenini inceleyen Snell-Hornby'e (1999) göre, akademisyenlerin ortak kanısı turizm çevirilerinin işlevlerini yeterince yerine getirmediği yönündedir. Yüksek kalite turizm çevirisi denildiğinde çeviri sürecinde çevirmenin yüzleştiği çeşitli çeviri sorunlarının çözümlenmiş olduğu kastedilmektedir. Çeviri sorunları giderilmiş yüksek kalite turizm metinleri üretmek, çevirmenin çeviri yaklaşımını ilgilendirir. Bir diğer deyişle, turizm çevirilerindeki düşük standartın altında yatan neden çevirmenlerin benimsediği çeviri yaklaşımıdır. Sumberg'e (2004) göre, çevirinin amaç ve işlevine odaklanan işlevsel yaklaşım yerine kaynak metnin dilsel unsurları üzerine odaklanan dilsel yaklaşımın benimsenmesi çevirmenlerin 'düz çevirinin güvenli sularını' (Smith & Klein-Braley, 1997, s. 175) terk etmeye hevesli olmadıklarına işaret etmektedir. Oysa reklamcılık alanında anlamsal eşdeğerlik; işlevsel çeviribilimde amaç yani 'skopos' kavramı en üst başlıktır (Vermeer, 2000, s. 221). Çevirisi yapılan metin, kültürel bağlamda anlam ifade etmelidir. Turizm reklamcılığında nihai amaç, potansiyel turisti gerçek bir turiste dönüştürmek olduğu için; erek metnin erek kültürde niyet edilen amacı gerçekleştirecek yönde işlev görmesi kaynak metnin dilsel unsurlarına sadakatten önce gelmektedir. Turizm metinleri turist kazanmak amacıyla yazılır. Bu nedenle çeviri eylemine işbirliği çerçevesinde katılan herkes iki dil kültürü arasındaki farkların bilincinde olmalıdır. Bir rehber ve gezgin olarak kişisel gözlemlerime göre, turizm metinlerindeki düşük kalitenin nedenleri:

1. Çeviriye önem verilmeyişi,
2. Merdiven altı çeviri işletmelerinin, ucuzluğu nedeniyle tercih edilmeleri,
3. Sistem içerisinde dil bildiğini sananlarca yapılması,
4. Alanda yetişmiş uzman çevirmen bulmanın zor olması,
5. Sektörün kendini sertifikalamayı yalnız yapı ve donanım üzerinde sağlamasıdır.

Her kültür kendine özgüdür. Kùltürlerin değeri, tercihleri, umut ve beklentileri, motivasyonları birbirinden farklıdır. Bu nedenle erek metin okurunun algısını ve performansını etkilemek için farklı çeviri stratejileri uygulanmalı ve ikna edici temalar geliştirilmelidir. Bassnett'e göre, (akt. Sulaiman, 2016) çevirmenler yazarlarla karşılaştırıldığında çok daha az yeteneğe ve yaratıcılığa gereksinim duyan bir tür ikinci sınıf insan muamelesi görmektedir. Oysa çeviribilimde, çeviriye yeniden yazım (rewriting) ve çevirmene yeniden yazan (rewriter) gözüyle bakılmaktadır. Çevirinin yeniden yazımın en tanıdık hali olduğunu vurgulayan Lefevere, çevirmeni, kaynak metni yeniden yazan kişi olarak tanımlar (akt. Sulaiman, 2016).

Sulaiman'a göre çeviribilimin dilbilimsel ve kaynak odaklı yaklaşımlardan işlevsel, sosyo-kùltürel ve erek odaklı yaklaşımlara yönelişi çevirmen tanımının tekrar ele alınmasını zorunlu kılmıştır. Çevirmenler artık sadece erek dili değil, aynı zamanda erek metin okurunu ve erek kùltürü de hesaba katmak durumundadır. İşlevsel çeviri için gereken çevirmen yaklaşımını ele alan Katan (2016), duyarlı (mindful) ve duyarsız (mindless) olmak üzere iki tür çevirmenden bahseder. Duyarlı çevirmen için asal unsur metin değildir. Metinlerle kendilerini kısıtlamayan bu tarz çevirmenler, iki kùltür arasındaki kùltürel farklardan kaynaklanan kùltürel boşluğu doldurmaya, kùltürleri birbirine yakınlaştırmaya çalışır. Bu tür çevirmenler çeviri yaparken aynı zamanda yeni bir metin yazdıklarının bilincindedirler. Kendilerini metinlerin esaretinden kurtaramayan, çevirileri metinle sınırlı kalan ve çeviri sürecinde yazarın niyeti ile okurun gereksinimlerini hesaba katmayan çevirmenler, Katan'ın tabiriyle duyarsız çevirmenler olarak tanımlanabilir.

Yeniden yazma kavramı, çeviribilim akademisyenleri tarafından sıklıkla ele alınan bir konu olmuştur. Turizm metinlerinin çağrı odaklı tanıtım metinleri olduğunu vurgulayan Sumberg (2004), okurun belli bir yönde harekete geçmesini sağlamak için çevirmenin mutlaka yaratıcı yönünün olması gerektiğini ileri sürer. Kùltürel çeviri söz konusu olduğunda; çevirmenin kaynak ve erek kùltür unsurlarına hakim olması öncül koşul olmakla birlikte, unsurların birbirleriyle ilişkilendirilmesi, uygun dil seçimi ve metin kurgusu çevirmenin yaratıcı yazarlık yeteneğiyle ilgilidir. Hatim & Munday, çevirmenin ileri düzeyde kaynak ve erek dil hakimiyetinin yanı sıra, metin yazarlığının da olması gerektiğini ileri sürer (2004, s. 201). Yazarlık yeteneğini etkin bir biçimde kullanabilmesi için çevirmenin kaynak metnin ve kùltürünün sınırlarının dışına çıkması gerekir.

Çevirmenin dünya bilgisi, kültürel hassasiyeti ve kültürel farkındalığının önemi bu noktada öne çıkar. Aksi takdirde erek okuru cezbedecek büyük tablonun ortaya konması mümkün olmayacaktır.

Metin yazarlığı açısından bakıldığında çevirmen, aynen reklam metni yazarının yaptığı gibi, “iletiye farklı bir kültürel sahnede en fazla etkiyi yapacak bilgileri dahil etmeli ya da söz konusu bilgileri ön plana çıkarmalıdır” (Woodward-Smith & Eynullaeva, 2009, s. 122). Turizm metinleri de potansiyel turisti harekete geçirmeyi hedefleyen reklam metinleri olarak kabul edilebilir. Turizm metinlerinde tanıtım ve reklamı yapılan destinasyonlar, yöreler, ülkeler ve çeşitli hizmetler bulunmaktadır. Basit bir biçimde ifade edilecek olursa turizm metinleri ürün tanıtımına ve pazarlamaya yöneliktir. Bu nedenle çevirmenin yaratıcılık yönü ve yazarlığı önemlidir. Bu bağlamda turizm çevirisi yapan çevirmenler yazarlık yetisi olan kişiler olarak kabul edilebilir. Yazarlık gerektiren çeviri eylemini, içerdiği yaratıcılık unsuru ile birlikte ifade etmek için çeviri (translation) ve yaratım (creation) sözcüklerinden oluşan ‘transcreation’ (Lal, 1964; Vieira, 1999) terimi yaygın kabul gören bir terim olarak dikkat çektiği söylenebilir.

Özet olarak, çevirmenlerin dilsel ve kültürel yeterliliklerinin yanı sıra ürün bilgisine sahip, yani tanıtımı yapılan turizm nesnesini iyi bilen ve yaratıcı yazarlık konusunda yeteneklerini kullanabilen kişiler olmalarının beklendiği söylenebilir. Bu bağlamda turizm çevirisi yapan bir çevirmenin sorumluluğu kesinlikle hafife alınamaz. Öte yandan çevirmen çeviri eylemi sürecinde yalnız değildir. Birçokları için çeviri işinin merkezinde duran ve çevirinin başarısından ya da başarısızlığından sorumlu tek kişi gibi gözükse de çevirmen çeviri işinin bütün sorumluluğunu tek başına üstlenmez. Çeviri herşeyden önce amacı olan ve bu amaç çerçevesinde toplumsal işbirliği gerektiren bir eylemdir.

Çevirmen dışında çeviri eyleminde sorumluluk üstlenen diğer paydaş, işverendir. Çevirmen ve işveren birbirlerinden ayrı değerlendirilemez. Hatta işverenin sorumluluğu çevirmenin sorumluluğuna denktir denilebilir. Her şeyden önce işveren, çeviri işini doğru eğitimi almış uzman çevirmenlere vermekle sorumludur. Turizm çevirilerinde rastlanan hataların pek çoğu yeterli eğitimi olmayan kişilerin çevirmen olarak işe alınmasından kaynaklanmaktadır. Turizm sektöründe çalıştığım yıllarda tanık olduğum sayısız turizm metni, bu metinlerin yeterince dikkate alınmadığını; önemsenmediğini açık şekilde göstermektedir. İşveren, çevirmenin işini gereğince icra edebilmesi için ihtiyaç duyduğu çalışma koşullarını sağlamalı; çevirmeni işini icra ederken benimseyeceği çeviri

yaklaşımı ve çeviri kararları konusunda özgür bırakmalıdır. Turizm çevirileri söz konusu olduğunda “işveren, çevirmenin orijinal metni erek dilde yeniden yazacağına dair bilinçli farkındalığa sahip olmalıdır” (Sumberg, 2004, s. 345-346). Sonuç olarak; iyi eğitilmiş, kültürel farkındalığı olan uzman bir çevirmen, standardı yüksek turizm çevirileri üretebilmenin yegane koşulu olarak değerlendirilemez. Çeviri bilinci taşıyan işveren; çevirmen ile etkili bir iletişim ve işbirliği içinde olmalı, çevirmeni çevirinin amacına yönelik bilgilendirmeli (translation brief), çeviri işi için uygun koşulları sağlamalı ve çeviri tamamlandığında işin kalitesini kontrol etmelidir. Ülkemizin sayısız turistik mekanında bulunan turizm metinlerinde istikrar gösteren hatalar, bu metinlerin işveren tarafından kontrol edilmediğinin açık bir işareti olarak yorumlanabilir. İşverenin, çeviri süreci başlarken çevirmene çeviri hakkında gereken her türlü bilgiyi vermesi ve özellikle çevirinin amacını anlatması son derece önemlidir. Çevirmenin çeviri sürecinde alacağı kararlar çevirinin amacına bağlıdır. Çevirmenin kararlarını ve uygulayacağı stratejileri amaç yönlendirir. Çeviri sürecinde çevirinin üst amaca hizmet ettiğinden emin olmak işverenin sorumluluğudur “İşverenden kaynaklanan temel sorunların başında işverenin eksik ya da yanlış çeviri algısı gelmektedir ya da işverenin kendisi çevirinin amacını anlamamış olabilir” (Napu, 2016). Alanda edindiğim kişisel izlenimlere dayanarak, turizm sektöründe çeviri işinin uzmanlık gerektiren bir eylem olarak görülmediğini söyleyebilirim. Topkapı Sarayı Müzesi, Ayasofya Müzesi, Yerebatan Sarnıcı, Sultanahmet Camii, Nuruosmaniye Camii ve İstanbul Arkeoloji Müzesi gibi İstanbul’a gelen hemen her turist ziyaret ettiği, en olağandışı ve en görkemli yapıların tanıtım broşürlerini, tanıtım ve bilgilendirme panolarındaki metinleri ve resmi internet sitelerini incelediğimizde, metin yazarları ve çevirmenleri hakkında bir bilgiye ulaşmak mümkün olmamaktadır. Birçok mekanın tanıtım broşürleri ve resmi internet sitelerinde yer alan metinler arasında gözlemlenen tutarsızlık, bu metinlerin aynı kaleminden çıkmadığını akla getirmektedir. Türkçe metinlerde dahi görülen ve dikkatli bir ikinci okuma ile bir metin yazarının kolayca farkedip düzeltebileceği heceleme, bozuk cümle yapıları gibi temel hatalara sıklıkla rastlanmakta ve metinlerde görülen düşük kalite ve özensizlik metinlerin uzman bir metin yazarı tarafından yazılmadığını; metinlerin hiçbir kalite kontrolünden geçmediğini düşündürmektedir. Son derece uzun ve karmaşık cümlelerden oluşan birçok metnin çevirisinde özellikle yanlış terim kullanımları dikkat çekmekte ve bu hatalar kültürel aktarımı hiçe sayan birebir çeviri anlayışının benimsendiği gerçeğini gözler

önüne sermektedir. İstanbul’da bulunan turistik mekanlardaki çoğu turizm metnlerinin anonim metinler olduğu bilinen bir gerçek olarak kabul edilebilir. Tarihi mekanlarla ilgili metinlerin bazılarının müzede görevli arkeologlar ya da sanat tarihi uzmanları tarafından yazıldığı bilinmesine rağmen, aynı metinlerin çevirilerinde görülen tutarsızlık ve kültürel olmayan aktarımlar metin yazarları ile çevirmenler arasında ortak bir amaç çerçevesinde işbirliğinin gözetilmediğinin işareti olarak kabul edilebilir. Dahası bazı mekanlar için, örneğin Yerebatan Sarnıcı örneğinde, tanıtım broşürlerindeki bilgi İngilizce kaynaklardan alınmış ve bu bilgiler Türkçe’ye çevrilmiştir. Metinleri İngilizce’den Türkçe’ye çeviren kişilerin isimleri hiçbir metinde geçmemekte, fakat çevirilerin İstanbul Büyükşehir Belediyesinin Sosyal ve Kültürel İlişkiler Bölümünde çalışan görevliler tarafından yapılmış olduğu düşünülmektedir. Sarnıcın broşürünün, İstanbul Büyükşehir Belediyesinin web sitesinde verilen bilgilerin sadeleştirilmiş bir örneği olduğu açıkça görülmektedir. Tezin konusunu oluşturan Topkapı Sarayı Müzesi turizm metnlerinin fotoğraflarını çekmek için müzeye yaptığım ziyaret esnasında müzede yer alan turizm çevirilerini incelemek amacıyla metinlerin orijinallerine ve çevirmenine ulaşma arzu ve talebimin, yetkililer tarafından yadırgatıcı ve hatta tedirgin edici bulunduğunu ifade etmek isterim. Görüşmemiz esnasında metinlere ulaşmamın mümkün olmadığı, çevirilerin de İstanbul’da ikamet eden Amerikalı bir hanım tarafından yapıldığı açıklanmıştır. Bu bağlamda çeviri işinin “yaratıcı bir süreç olmaktan ziyade, sürece tabi mekanik bir iş olarak görülmesi” (Bassnett, 2002, s. 12) işverenin baş etmesi gereken en temel yanlış olarak kabul edilebilir. Çevirmenin iki kültüre de hakim, çevirinin işlevselliği adına kaynak metnin içeriğini erek metinde etkin biçimde düzenleyebilen, iki kültür arasında arabulucuk görevi üstlenmiş uzman kişi olarak kabul edilmemesi işvereni ilgilendiren bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim kendi dili dışında başka bir dili az çok bilen herkesin çeviri yapabileceği yanlışlığı turizm sektöründe sık karşılaşılan; dolayısıyla işverenleri bilinçli sorumluluk üstlenmekten alıkoyan bir durumdur.

Uzman çevirmen ve toplumsal işbirliği unsurlarının yanı sıra turizm çevirisi metni, işleve uygun dil kullanımını, kültürel aktarımı ve kültürel aktarıma uygun çeviri stratejilerini ilgilendirir. Her eylemin olduğu gibi turizm çevirilerinin de amacı vardır. Amacı gerçekleştirmek için turizm metnlerinin işlevlerinin bilinmesi ve işleve uygun dil kullanımı çeviri sürecinde kilit rol oynamaktadır. Çevirmen, uygun çeviri kararları alarak,

stratejiler benimseyerek kültürler arası aktarıma hizmet edecek şekilde original metni yaratıcı yazarlık yeteneği vasıtasıyla, erek dilde yeniden kaleme alan ve dili özel şekillerde kullanan bir uzman olarak değerlendirilebilir. Kültür bağlamında ele alınan dil unsuru özel metin türü olması nedeniyle turizm metinlerinde büyük önem arz etmektedir. Turizm metinleri incelemesinde dilin işleve uygun kullanımı ve bu amaçla turizm metinlerinin ne tür metinler olduğunun anlaşılması en önemli koşul olarak öne çıkmaktadır.

1.2.1. Turizm Dili

Sosyal ve kültürel bir olay olan turizm eyleminin işlevini yerine getirebilmesi için iletişimsel bir araç olan dile, ev sahipliği yapan ükenin kültüründe doğru şekilde üretilmiş işlevi olan kaynak metinlere ve daha sonra bu kaynak metinlerin, erek kültürde işlevini yerine getiren çevirilerine yani erek metinlere gereksinim duyulmaktadır. Metin dilinin amaca uygun kullanımına yön veren unsur, metnin işlevidir. Metin türü olarak turizm metinlerinde işlevine uygun dil kullanımı, hem kaynak metni üreten metin yazarlarını hem de metin uzmanı olarak çevirmenleri ilgilendiren meselelerin başında yer almaktadır.

Dil insanlar arasında iletişimi sağlayan olağanüstü bir güce sahiptir. Dile neden gereksinim duyulduğu ve temel ilkesinin ne olduğu her zaman merak edilen ve ele alınan bir konu olmuştur. Tarihte insanların evriminin dilin evrimine paralel ilerlemesi ve farklı dillerin ortaya çıkmasıyla dil yetisi, araştırılması gereken bir konu haline gelmiştir.

Dili insan ırkının ortak kalıtsal mirası olarak gören Chomsky (2009) için dil zihinsel, özerk ve yaratıcı bir etkinliktir (s. 88). Dil yetisini bir üst yetenek olarak kabul eden Chomsky'e göre zihinsel bir süreç olması nedeniyle dili öğrenmek ve konuşmak koşullanma ile açıklanamaz. Chomsky, insan davranışlarının dışsal uyaranlarca belirlenemeyeceğini ve davranışlarında etken unsurun zihin olduğunu ileri sürer: "Eylemlerimiz özgürdür ve belirlenmemiştir. Bu eylemlerde kışkırtıldığımız ya da meyilli olduğumuz şeyleri yapmak zorunda değiliz" (s. 172). Dili bir üretici olarak gören Chomsky'e göre dil yetisi hem bedene hem zihne aittir ve başka sistemlerin üzerine eklenmiş bir olgudur. Dil dediğimiz şey sonsuz sayıda ifade üreten bir sistemdir ve bu nedenle bir dilin kuramına 'üretici dil bilgisi' denir. Chomsky'e (2011) göre dil yetisi genetikdir, doğuştandır ve bize kodlanmıştır. Öğrenme yetisi ve konuşma yetisi insanda zaten var olduğundan, dilsel yeti sadece duyulanları değil, duyulmayan cümleleri de

kapsar. Chomsky için işin özü zihindedir ve insan zihni dile göre, konuşmaya göre evrilmiştir. Bütün insanlarda öğrenme yetisini açıklayan bir gramer kodu bulunmaktadır. Diğer bir deyişle, evrensel gramer, dili öğrenmenin ve konuşmanın ‘apriori’ koşuludur (Chomsky, 2011). Chomsky dil felsefesine ‘derin yapı’ (deep structure) ve ‘yüzey yapı’ (surface structure) kavramlarını kazandırmıştır. ‘Derin yapı’ ve ‘yüzey yapı’ Chomsky’nin kuramında yer alan temel iki kavramdır. Derin yapı, zihnin derinliklerinde bulunduğu düşünülen, dilin sesçil kullanımını ve sözdizimin anlamsal yorumlamasını içeren yapıları karşılar. Yüzey yapı ise derin yapıların çeşitli dönüşümlerden geçerek dışa vurulmuş, yüzeye açılmış şeklidir. Chomsky (2011), derin yapı ve yüzey yapı olmak üzere, bir üretici dilbilgisinin, sonsuz bir derin yapı, yüzey yapı kümesi ürettiğini ve derin yapının anlam yorumlaması, yüzey yapının ise sesçil yorumlama bileşeni olduğunu ifade eder (s. 197). ‘Hüküm’ kavramını karşılayan derin yapı düşüncenin asıl biçimini verirken, ‘önerme’ kavramına karşılık gelen yüzey yapı hükmün somut dilsel ifadesidir (Altınörs, 2015, s. 110). Derin yapıda bulunan anlam ve yapılar, yüzey yapıda somutlaştırılmamış dahi olsa yüzey yapıdaki varlıkları bazı ipuçları aracılığı ile tespit edebilir (Altınörs, 2015). Chomsky, derin yapı ve yüzey yapı ayrımı ile kendinden önce gelen Saussure’ü, dilin ne olduğu sorusu gibi önemli bir soruya yeterli cevabı veremediği ve dili sadece yüzeysel yapıda incelediği için eleştirir ve dilbilimsel yaklaşımını yetersiz bulur. Öte yandan bilimsel düşüncede gösterge kavramını ilk defa ele alan Ferdinand de Saussure, yapısalcılığını gösterge kavramı üzerine temellendirir. Saussure, ulaşabildiği tüm dilleri betimleyerek dilin evrimini incelemek ve tüm dillerde evrensel olarak dilin yasalarını ortaya koyan yasaları bulmak ve dilbilimin sınırlarını çizmek ister ve bu unsurları dilbilimin görevi olarak görür. Yapısalcı yaklaşımda ‘yapısal ilişkiler’, ‘farklılıklar sistemi’, ‘göstergeler’ ve ‘yapılar arasındaki değişim’, dili oluşturan temel unsurlardır. Yapısalcı ekol, sosyal sürecin analitiğini, dil ile toplum arasındaki benzerlikler açısından ele alır (Bircan, 2015). Saussure (1985) dil göstergesinin hem değişmez hem de değişebilir olduğunu ileri sürer: “*Gösteren*, belirttiği kavram açısından özgür bir seçim ürünü olmakla birlikte kendisini kullanan topluluk açısından özgür değildir, zorunlu olarak benimsenmiştir” (s. 77). Toplumun, dilin seçtiği *gösteren* yerine başka bir *gösteren* seçme şansı yoktur. Saussure bu seçimi zorunlu bir seçim olarak tanımlar. Dilin kendisine işaret edilen göstergeyi, göstergeler arasından seçmek zorunda olması gibi, birey ve toplum da dilin ona sunduğu göstergeleri seçmek zorundadır. Özne

merkezli düşünsel faaliyetlerin idealist yaklaşımlarına karşı çıkan Saussure, dilin bir töz değil bir biçim olduğunu söyleyerek dizgeleri yapısal ilişkilerde temellendirmiş ve yapısal ilişkileri, dil-söz, gösteren-gösterilen, eşsüremlî-artsüremlî, dizisel-dizimsel gibi karşıtlıklar üzerinden ele almıştır. Saussure ‘anlam’ konusundaki görüşleriyle; kısaca yapıların birbirleriyle bağıntısının ‘anlam’ı verdiği yönündeki düşünceleriyle etnoloji, antropoloji, psikoloji, sosyoloji, felsefe, dilbilim, edebiyat vb. alanlarına etki etmiştir (Bircan, 2015).

Birçok düşünür insanı diğer varlıklardan ayıran özellik olarak dili göstermiştir. Dil, bir bildirişim aracı olarak sosyal yaşamın en önde gelen unsurudur. Dil insanlar arasında iletişim sağlayan doğal bir araç, kendi kanunları içerisinde yaşayan ve gelişen canlı bir varlık, toplumları birleştiren ve koruyan sosyal bir oluşum, binlerce yılda gelişerek meydana gelmiş bir sosyal kurum, seslerden örülmüş bir ağ, temeli bilinmeyen zamanlarda atılmış bir gizli antlaşmalar sistemidir. Sosyal bağlarımızı düzenleyen bir araç olarak dil, sosyal ve kültürel hayatın her aşamasında yer almaktadır. İnsan, içinde doğduğu kültürün dilini hazır bulur ve içinde yaşadığı toplumun dilini yani anadilini uzun bir çıraklık evresince öğrenir. İlk başlarda ağlayarak, taklit ederek ve birtakım hareketlerle derdini anlatmaya çalışan çocuk, zamanla duyduğu seslerin belli kavramlara, hareketlere ve varlıklara karşılık geldiğini farkına varır.

İnsan benliğinin temel bir unsuru olan dil, düşünceden ayrı tutulamaz; dilin gelişmesi düşünceye, düşüncenin gelişmesi dile bağlıdır ve dil düşünmenin vasıtasıdır. Toplumların duygu ve düşünce hazinesini meydana getiren dil, sosyal ve millî bir varlıktır ve kültüre ait unsurların başında gelir. Kültür denilince karşımıza bir yığın hadise çıkar. Bir toplumda, tabiatın dışında insan elinden ve dilinden çıkma her şeyin kültür kavramı içine girdiğini ileri süren Kaplan (2016), dil, kültür ve dünya görüşü arasındaki ilişkiyi şu sözleriyle açıklar:

“Eşyayı kullanma ve ona hakim olma tarzı şeklinde tarif edilen kültür, bir çok yerde ancak dil sayesinde, ifadeye bürünmekte ve manalar kazanmaktadır. Bu noktada dili kültürden, kültürü de ortaya çıktığı ve boy verdiği ortamın dünya görüşünden ayrı düşünmek mümkün değildir.”

Kültür toplumların yaşama şekillerinin bütünüdür. Kültürel unsurların başında dil yer almaktadır. Kültüre ait bütün değerleri kapsayan dil, o dili konuşan toplumun düşünce

yapısını, dünya görüşünü, mantığını ve zihninin nasıl çalıştığını ortaya koymaktadır. Din, gelenekler ve görenekler, sanat, dünya görüşü ve tarih diğer kültürel unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Din olgusu, bir toplumun kültürüne etkisi ve kültürün diğer unsurlarının oluşması ve değişmesindeki rolüyle kültür unsurları içerisinde önemli bir yere sahiptir. Toplumların dini bayramları ve törenleri, kültüre etki eden dinsel boyuta örnek verilebilir. İnsanın toplum içerisindeki davranışını düzenleyen yazılı olmayan ya da hepsi yazılı olmayan kanunlar, gelenek ve göreneklerdir. İnsanlık asırlar boyunca toplum içerisindeki düzeni gelenek ve göreneklerle sağlamıştır. Belli bir toplum yapısı içindeki insanların bütün hal ve hareketlerinin yazılı kanunlarla düzenlenmesi mümkün değildir. Sosyal davranışlardaki çerçeveyi belirleyen kanunlar gelenek ve göreneklerdir. Kültürel unsur olarak sanat, toplumların güzeli yaratma ve bulma tarzının ortak ifadesidir. Her toplumun sanat anlayışı ve zevki birbirinden farklıdır ve kültürel unsur olarak sanat çok geniş bir yelpazede ele alınır. Toplumun yaşamdaki olaylara karşı geliştirdiği ortak tutum ve davranışlar, o toplumun hayat görüşünü ve hayat felsefesini ortaya koymaktadır. Doğum, ölüm, aşk, ahlak, askerlik, kahramanlık, eğlence gibi hayatı ilgilendiren kavramlar her toplumda farklı değer yargılarıyla ele alınır ve farklı davranışlarla karşılanır.

Kültürü meydana getiren önemli unsurlardan biri de toplumların ya da ulusların tarihidir ve geçmişin ortak bir bellek aracılığıyla hatırlanmasıyla ilgilidir. Bireysel ve bilişsel özellikleri olan bellek aynı zamanda sosyal bir olgudur ve çeşitli grup üyeliklerinden öğrenilir (Halbwachs, 1992). İnsanlar, hayatlarını sosyal bir çerçeveden meydana getirir ve gerekli oldukça günün gerçeklerine uyumlanırlar. Bu bağlamda belleğin, akışkan ve kolektif bir unsur olduğu sonucunu çıkarabiliriz. Bilgin (2013), insanın kimliğinin kolektif yanının geçmişe dönük oluşunu şöyle ifade etmektedir:

“Çünkü kolektif kimlik, semboller, anılar, sanat eserleri, töreler, alışkanlıklar, değerler, inançlar ve bilgilerle yüklü bir gelenekten, geçmişin mirasından, kısacası kolektif bellekten hareketle inşa edilir.” (Bilgin, 2013, s. 41)

Bu bağlamda toplumlar için ortak bir bellek, tarihsel olayları birlikte yaşamayı değil, ortak imajlarla anımsamayı içerir. İnsan toplulukları kendilerini ortak geçmişte tanır ve bu geçmişi belleklerine kaydeder, işler, ritüellerle anar ve yorumlar (Bilgin, 2007, s. 219).

Dil, topluma ait hafızanın, ortak hatıraların, duyguların ve düşüncelerin, bütün maddî ve manevî değerlerin, bütün buluş ve yaradışların ortak hazinesidir; kültürün ilk ve temel unsurudur. Bir toplumun üyeleri arasındaki ortak duygu ve düşünce akımı dil sayesinde kurulabilir ve bu akım dil sayesinde geçmişten geleceğe aktarılabilir. Bu nedenle dil aynı zamanda bir kültür aktarıcısı, bir kültür taşıyıcısıdır.

Turizm metinlerinde ve çevirilerinde dil kullanımı özellikle hassasiyet gerektiren bir konudur. Tarih, coğrafya, sanat gibi çok çeşitli disiplinlerden etkilenmesi nedeniyle turizm metinlerinde keskin çizgilerle çerçevelenmiş bir bağlam ve işlevden söz edilemez (Calvi, 2005, akt. Agorni, 2016). Turizm metinlerinin iletişimsel işlevleri birbirlerinden farklıdır. Özel söyleminden ötürü turizm dilinde belirli sözcüksel, anlamsal ve metinsel özellikler vardır. Turizm çevirisi, amacına ulaşmak için dili özel şekillerde kullanır ve bu yönüyle özel metin türü çevirisi ya da teknik çeviri kapsamında ele alınır. Turizm, doğası gereği başta dilbilim ve çeviribilim olmak üzere farklı disiplinlerin alanına girer. Farklı disiplinlerin kendilerine has özel dilleri vardır. Özel bir söylem söz konusu olduğunda terminoloji en belirgin unsurdur. Belirli özel bir dil, genel dilden ve diğer özel dillerden kullandığı sözcüklerle ayrılır. Hoffman (1998, akt. Duran Munoz, 2011, s. 13-27), sözcükleri üç farklı gruba ayırır: mimarlık, antropoloji gibi farklı disiplinlerden yüksek düzeyde alan bilgisi gerektiren sözcükler; paket tur, seyahat acentası gibi bilinen özel kelime hazinesine gönderme yapan sözcükler ve son olarak otel ya da restoran gibi anlamsal kısıtlamalara tabi olmayan bilindik kelimeler.

Çeviribilim, turizmde dilin nasıl kullanıldığıyla yakından ilgilenir. Ancak gerek dilbilim ve gerek çeviribilim turizm diliyle ilgelenirse de konuyu terminolojik açıdan ele alan pek olmamıştır. Oysa bu konu açıkça kültürel terminolojiyi ve kültüre özgü kelime dağarcığını ilgilendirir (Sandrini, 1999). Turizm metinlerinin çevirisinde kullanılan dil son derece önemlidir. Farklı disiplinlerin etkisi nedeniyle kullanılan sözcükler ve bu sözcüklerin çevirisinde terminolojik bir yaklaşım gerekmektedir.

Turizmin dili, disiplinlerarası özelliği nedeniyle kendine özgü dilbilgisi kuralları ve kelime hazinesi olan özel bir dil olarak kabul edilmektedir. Resimler, semboller ya da işaretler gibi sözel olmayan unsurların da kullanımına yer veren turizm dili her koşulda bir mesajın iletilmesine hizmet etmektedir. Çeviri ürünler her türden tanıtım malzemesi içerir ve bu malzemelerin kültürler arası olacak şekilde tasarlanması ve bu nedenle titizlikle farklı hedef dillere uyarlanması gerekir. Bu uyarlama süreci sadece dilbilimsel

kaygıları değil, aynı zamanda kültürel ve anlamsal bağlam kaygılarını da beraberinde getirir.

Bir kültürün ya da destinasyonun sözel olarak betimlenebilmesi için çok özel bir iletişim şekli gerekmektedir. Turizm dili sadece bilgi vermek amacıyla kullanılmaz. Turizm dilinin kendine özgü dilbilimsel özellikleri ve söylemi vardır. Kültürel aktarımda kilit rol üstlenen turizm metnlerinin temel amacı turistleri bir destinasyon hakkında bilgilendirmek ve hakkında bilgi verilip tanıtımı yapılan yerlere gezip görmeye özendirme olarak açıklanabilir.

Turizm dili, hizmetleri ve cazibe merkezlerini tanıtırken olumlu ve olumsuz anlamda güçlü ve dikkat çeken ifadeler kullanma eğilimindedir ve okuyanlara duygusal deneyimler yaşatacak şekilde tasarlanmıştır. Kullanılan sıfatların abartılı olması ve üstünlük anlamını vurgulayacak şekilde kullanılması beklenir. Seçilen sözcükler okuyanda mutluluk, huzur, romantizm, macera, coşku duyguları uyandırabilmelidir. Turizm dilinde özel terminolojinin yanında, kullanılan ifadelerin açık, net ve her okuyanın kolayca anlayabileceği şekilde olması da önem arz eden diğer bir unsur olarak önem taşımaktadır. Reklamcılık söylemindekine benzer şekilde turizmde de potansiyel alıcıya mesaj iletildiğinde ek bilgi vermeye ya da açıklamaya gerek kalmamalıdır. Turistler kültürel etkileşim ve kültürel aktarımın en değerli elçileri olmanın yanı sıra aynı zamanda potansiyel müşteri konumundadırlar.

Dann'a (1996) göre turizm dili bir tür sosyal kontrol mekanizmasıdır. Turizm metinleri turistlere nerelere gitmeleri, neler yemeleri, hangi deneyimleri yaşamaları gerektiği konusunda komutlar verir. Bu nedenle turizm dilinde aşağıdaki örnekte görüldüğü üzere emir ve soru cümlelerine, sık sık edilgen yapılara rastlanır:

“..... Looking for a holiday far away from your frantic business lives? Do not forget to add the water parks of Antalya to your itinerary...” (Antalya Brochure, s. 63, akt. Doğan, 2014, s. 17)

“... Hummalı iş yaşamınızdan çok uzaklarda bir tatil mi arıyorsunuz? Tatil programınıza Antalya'nın su parklarını eklemeyi sakın unutmayın...” (Antalya Broşürü, s. 63)¹

¹ Aksi belirtilmedikçe, çalışmada yer alan çeviriler yazara aittir.

Destinasyonların kültürel açıdan dikkat çeken özellikleri ön plana çıkartılırken emir cümleleri kullanarak ve turiste komutlar verilerek merakları ve motivasyonları yükseltilir. Dann, turizm metinlerinde rastlanan olumsuz emir kiplerinin teşvik etkisinin olumlu emir kiplerine oranla daha güçlü olduğunu ifade eder (Dann, 1996).

Turizm dilinde öne çıkan diğer bir unsur tatilin zaman kavramının ötesinde ve kalıcı bir deneyim olduğu duygusunu yaratmak amacıyla, geniş zamanlı cümlelerin kullanımıdır. Geniş zaman kullanımı turistin seyahatinin hiç bitmeyeceği, hep süreceği yönünde mesajlar verir. Turizm metinlerinde sadece tarihsel bilgiler verilirken geçmiş zaman kullanımına başvurulur. Turizm bir haliyle şimdiki zamanın yani an'ın gerçekliğinden geçmişe ve ender de olsa bazen geleceğe yapılan bir yolculuktur. Turizm dilinde işlevi desteklemek için kullanılan zamansal ifadeler okuyan kişiyi günlük rutininin sıkıcı realitesinden uzaklaştıran, hafta içlerini hafta sonuna dönüştüren kullanımlardır ve duygularda sınırsız bir sonsuzluk duygusu yaratırlar.

Turizm dili, turisti kendi amacı doğrultusunda yönlendirir ve gerçekliği abartır. Öncül amacı milyonlarca kişiyi baştan çıkartmak, cezbetmek ve potansiyel müşteriye gerçek müşteriye dönüştürmektir. Diğer bir deyişle; potansiyel müşteri turist konumuna yükselirken, müşteri pazarı da turist için cazip bir destinasyon olur (Dann, 1996, s. 2). Turizmin elle tutulamayan çoktörel doğası nedeniyle turizm metinlerinde kullanılan dil, aşağıda verilen örnekte görüleceği üzere turistin dikkatini çekmek amacıyla ikna edici özelliğini ön plana çıkartan abartılı bir dildir:

“The capital of empires... The city that dominated continents...The cradle of civilisation ... The meeting point of cultures and civilisations... There are some of the thousands of phrases that describe Istanbul. Yet neither words nor only any amount of reading or listening are sufficient to truly describe and become familiar with the city. Only when you walk alone its historic streets, when you see with your own eyes the architectural masterpieces of Byzantine and Ottoman Empires in their original setting, when you enjoy the panoramic vistas of its unique location, and when you start to explore its mystical beauties-only then will you begin to discover, and to fall in love with Istanbul.” (Istanbul Brochure, s. 2, akt. Doğan, 2014, s. 19)

“İmparatorluklar başkenti... Kıtalara hükmeden şehir... Uygarlığın beşiği... Kültürlerin ve medeniyetlerin buluşma noktası... İstanbulu anlatmak

için binlerce sözcük bulunabilir. Yine de İstanbul'u tam olarak anlatmaya, tanıtmaya ne kelimeler yeter ne hakkında okunanlar ne de dinlenenler. Ancak tarihi sokaklarında yürüyüp Bizansın ve Osmanlının mimari baş yapıtlarını kendi gözlerinizle gördüğünüzde, panoromik manzaralarında eşsiz konumunun tadına vardığınızda ve mistik güzelliğini keşfettiğinizde İstanbul'u anlamaya başlayacak ve İstanbul'a sevdalanacaksınız.” (İstanbul Broşürü, s. 2)

Dann (1996), turizm dilinin abartılı kullanımını psikolojide ve ruhbilimde yoğun şekilde iyi hissetme ve mutluluk hali anlamına gelen ‘euphoria’ (öfori) başlığı altında ele alır. Turizm sektöründe metin yazarı her ne pahasına olursa olsun turistin gereksinimlerini karşılamak zorundadır. Turizm metinlerinde kullanılan abartılı dil, turistin hayatın gerçeklerinden kaçma arzusunu, tatilde sınırsız zevk arayışını ve kısıtsız özgürlük duygusunu temsil etmektedir.

Turizm dili, turistle iki yönlü etkileşime izin vermez. Daha ziyade tek taraflı bir konuşma tarzındadır (Dann, 1996). İletiyi gönderen kişinin kim olduğu bilinmese de turist anlatılanı dinler. Ancak karşılıklı bir diyalog söz konusu olmadığı ve turist sorularına doğrudan cevap alamayacağı için turizm metinlerinin dili son derece akıcı ve anlaşılır olmalı ve verilen bilginin doğru ve herhangi bir yanlış anlaşılmaya meydan vermeyecek mahiyette kapsamlı ve öz olması gerekmektedir. Turizm dili söylenip durulduğu ve olması beklendiği için gerçekleşen bir kehanet gibidir; turistin beklentilerini ve algısını etkiler ve böylece turistin destinasyonu kafasında canlandırmasına ve daha sonra keşfetmesine yardım eder.

Turizm dili monolog tarzında olmasına rağmen, konuşan kişi bilinmeyen bir alıcıya seslenirken çoğunlukla ‘sen/siz’ ve ‘biz’ öznelerini kullanır. Görünüşte yaratılan diyalog havası sayesinde turist ile destinasyon arasında kişisel bir bağ kurulması hedeflenir. Konuşan kişinin bilinmediği ve okurun yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik durum gibi özellikleri hesaba katılmadığı için gönderen ve alımlayan arasında güçlü bir ilişkinin kurulması söz konusu değildir. Turizm dilindeki sözde diyaloglar okuyana kendini özel hissettirmek ve anlatılan yeri görmediği takdirde çok önemli bir şey kaçırarmış hissi yaratmak amaçındadır. Dann (1996), turizm dilinin konuşma tarzını egoyu besleyici (ego-targetting) diyaloglar olarak açıklar. Turizmin kullandığı ‘sen’ dili turistin zihninde

kendini özel hissetmesine ve kitlelerden sıyrılmasına hizmet eder ve destinasyonun özellikle kendisini beklediği duygusunu uyandırır.

Turizm endüstrisinin küresel ölçekte ekonomik, sosyal ve kültürel önemi ve etkileri nedeniyle turizm dili hafife alınamayacak kadar önemli bir konudur. Turizmin işlevini yerine getirebilmesi için işlevine uygun özel bir dil ön koşuldur. Dilin işlevsel açıdan uygunluk kriteri dilin kullanılacağı metnin işlevidir; metnin türüdür. Bu nedenle turizm metnlerinin işlevleri ve işlevlerine uygun dil kullanımı turizm çevirilerinde öncelikle ve hassasiyetle ele alınması gereken konuların başında gelmektedir. Metin türü bağlamında işlev belirlenmesi ve işlevine uygun dil kullanımı turizm çevirilerinde üst başlık olan kültürel aktarıma hizmet eder. Dil ve kültür birbirinden bağımsız ele alınamayacak kavramlardır. Bu nedenle takip eden bölümlerde öncelikle turizm metnlerinin işlevi, turizm çevirilerinde kültürel aktarım konusu ve daha sonra çeviri sürecinde kültüre özgü unsurların nasıl ele alınacağı konusu etrafıca ele alınacaktır.

1.2.2. Turizm Metinleri

Kamusal ya da özel kurumların ziyaretçilerine bilgi vermek; bir şehir, otel ya da restoran gibi herhangi bir destinasyonu tanıtmak ve turisti bu yerlere gitmeye özendirmek amacıyla hazırlanan metinler turizm metinleridir. Ören yerleri broşürleri, restoran menüleri, müze bilgilendirme panoları ve konferans programları gibi çok çeşitli metin turizm metni olarak kabul edilmektedir. Turizm metinlerinde mimarlık, tarih, sanat tarihi, coğrafya, meteoroloji, gastronomi, ekonomi, spor, gelenekler, müzik ve dans gibi uzmanlık gerektiren konular ele alınır. Turizm metnlerinin bilgilendirici ama kısa ve öz; gerçekçi, eğitsel ama aynı zamanda okuması keyifli; kültürel, şiirsel, akıcı ve iyi düzenlenmiş metinler olması beklenir. Turizm metinleri öncelikle turiste bilgi vermek amacıyla düzenlenir. Ancak bu metinler aynı zamanda turisti baştan çıkaran, yeni yerler görmeye özendiren kısa, öz ve kolay anlaşılan metinlerdir. Turizm amaçlı metinlerin hem kaynak dildeki üreticisinin hem de erek dile kazandıran çevirmenin ortak ve nihai hedefi, kültür varlığını mümkün olduğu kadar iyi tanıtmak ve pazarlamaktır. Erek okura işlevsel, okunurluğu ve erişilebilirliği kolay metinler sunmak çeviribilimi ilgilendirir. Turizm metinleri, göl, nehir ya da dağ gibi doğa manzaralarının güzelliği hakkında olabilecekleri gibi, nesilden nesile aktarılan örf ve adetleri ya da gelenek ve görenekleri konu edinebilirler; ya da saray, tapınak, kale, bahçeler gibi insan eliyle yaratılmış doğal

olmayan ören yerlerinin önemini ve değerini anlatırlar. Konusu ne olursa olsun turizm metinleri her koşulda “okuyan kişiyi derinden etkileyen, iyi düzenlenmiş, güçlü ve çekici metinler olmak durumundadırlar” (Neves, 2016, s. 137-153).

Turizm metinleri kaleme alınırken ya da başka bir dile çevrilme sürecinde amaç ve işlev kilit rol üstlenmektedir ve metnin işlevini belirleyen unsur metnin ne tür bir metin olduğudur. “Metinlerin temelini ise ‘sözbilimsel’ ve ‘dilbilimsel’ yapılar oluşturur” (Wilss, 1996). Sözbilimsel yapılardan kastedilen, hitabet sanatı ya da güzel söz söyleme sanatı ile ilgili yapılar bütünüdür. Bu nedenle metin türü olarak turizm metinlerini işlevleri açısından ele almadan önce metin türü kavramını ve farklı metin türlerinin işlevlerini etraflı bir şekilde incelemek gerekmektedir.

Metin türleri temel olarak yazınsal ve yazınsal olmayan metinler olarak ikiye ayrılır. Çoğunlukla duygularımıza hitap etmek amacıyla üretilen yazınsal metinler, yazarın tercihleri doğrultusunda yazarın kişisel duygu ve düşünce aktarımıyla sınırlı olabilir ve böyle durumlarda metnin bir işlevinin olup olmadığı önemini yitirir. Yazınsal olmayan metinlerin ise her koşulda işlevleri vardır. Gazete ve dergi metinleri, ders kitabı, makale, deneme, özet, eleştiri ya da ansiklopedik bilgi taşıyan metinler; yasal işlevi olan sözleşme, anlaşma, ölüm, evlenme-boşanma belgeleri; tüketici odaklı tüketim kılavuzları, yemek tarifleri, hasta onay-sevk belgesi gibi metinler yazınsal olmayan metinlere örnek verilebilir. Yazınsal olmayan metinlerde amaç, her koşulda iletiye sadık kalmaktır.

Metin türü iletişimsel durumlarına göre metinlerin sınıflandırılmasına imkan tanıyan kavramsal bir çerçeve olarak değerlendirilmiş ve olabildiğince çok metni kapsayan bir metin tipolojisi modeli, birçok akademisyenin ele aldığı bir konu olmuştur. Yapılan çalışmalar neticesinde çeşitli metin sınıflandırma modelleri üretilmiştir. Metinlerin iletişimsel yönü ve işlevleri dil ve düşünce kavramlarıyla doğrudan alakalıdır. Kavramlar olmadan düşünce üretilemez. Dil ise düşüncenin aracıdır. Diğer bir deyişle düşüncenin dış dünya ile teması dil sayesinde gerçekleşmektedir. Dil ancak uygun şekillerde kullanıldığında okur için anlam ifade eder. Dilin işlevi dilin iş görme yetisidir. Düşüncenin anlaşılması dilin anlaşılmasına bağlıdır. Dil kullanıldığı ve anlamlar yüklendikçe işlev kazanır. Dilin işlevini yerine getirmesi için dilden faydalanarak birilerine eylem yaptırmak ya da eylemde bulunmak gerekir. Dilin işlevleri gerek toplumbilimciler gerek dilbilimciler tarafından farklı şekillerde ele alınmıştır. Dilbilimci Halliday’e (2006) göre, dilin *düşünsel*, *kişilerarası* ve *metinsel* olmak üzere üç işlevi

bulunmaktadır. Budunbilimci Malinowski'ye (1920) göre ise dilin *edimsel* ve *törenselle* olmak üzere iki işlevi bulunmaktadır.

Bühler, 'Dil Kuramı' adlı yapıtında ortaya koyduğu ruhbilim doğrultulu 'Organon Modeli' bölümlenmesinde dilsel göstergenin 'kültürel açıdan anlatım (expressive)', 'çağrı (appealing)' ve 'betimleyici (representation)' olmak üzere üç işlevinden bahseder (akt. Kılıç, 2002, s. 32). Bühler'in çalışmalarından etkilenen Jakobson & Halle (1956), sözlü iletişime etki eden altı unsur tanımlar: 1) İçerik (context), 2) iletiyi gönderen (addresser), 3) iletiyi alan (addressee), 4) iletiyi gönderenle alan arasındaki ilişki (contact), 5) ortak kod (common code) ve 6) ileti (message). İletişime etki eden unsurlar dilin işlevlerine işaret eder. Tablo 1.1'de görüldüğü gibi Jakobson & Halle (1956) iletişime etki eden unsurlar bağlamında 'göstergesel (referential/informative)', 'anlatımsal (expressive/emotive)', 'çağrı (conative/appellative)', 'ilişki (interactional/phatic)', 'üstdil (metalingual/metasemiotic)' ve 'şiirsel (poetic/rhetorical)' işlev olmak üzere dilin altı işlevini tanımlar.

Tablo 1.1 Dilin işlevleri (Jakobson & Halle, 1956).

İletişim Unsuru	Kaynak Unsur	Dilin İşlevi
İçerik (Context)	İleti	Göstergesel (Referential)
İletiyi gönderen (Addresser)	İleti	Anlatımsal (Emotive)
İletiyi alan (Addressee)	İleti	Çağrı (Conative)
İlişki (Contact)	İleti	İlişki (Phatic)
Ortak kod (Common code)	İleti	Üstdil (Metalingual)
İleti (Message)	İleti	Şiirsel (Poetic)

Göstergesel işlev, içerik ve iletinin amacıyla ilgilidir ve dilin göndergeyi olduğu şekilde ifade etmek için düzenlenmesi ve oluşturulması anlamındadır. Dilde doğru ve nesnel bilgi verme işlevini yerine getirir. Kullanım kılavuzlarında, nesnel anlatımlarda, makalelerde, özetlerde, betimlemelerde ve her türlü yazılı mesajlarda dil göndergesel işlevinde kullanılır. Gündelik yaşamda en sık karşılaşılan işlevdir. Bilgiyi alıcıya iletme amacıyla kullanılan bu işlev, dilin en temel işlevidir. Mesajın konusu ile gönderge arasındaki ilişkiyi açıklayan bu işlev konuyu en tarafsız şekilde ele alır. Turizm metinleri, çok çeşitli konularda nesnel bilgiler verir. İletişim unsuru verilen bilgidir. Turizm metinleri, turistik mekanları tanıtan tarihi, arkeolojik, coğrafi, dini, kültürel vb. konularda bilgiler içermektedir. Bu bağlamda tur programları, kullanma kılavuzları, turistik

mekanlara ilişkin kuralların anlatıldığı broşür, pano ya da levhalarda yer alan metinler dilin göstergesel işlevini yerine getirmektedir. İletişim unsuru içerik, odak noktası aktarılan bilgidir. Örneğin, “Çinili Köşk Müzesi’nin salon ve odalarında Büyük Selçuklu, Anadolu Selçuklu ve Osmanlı çini ve keramiklerinin 12. yy sonu, 20. yy başlarına tarihlenen örnekleri sergilenmektedir” cümlesinde olduğu gibi amaç, okuru nesnel bir biçimde bilgilendirmektir.

Anlatımsal ya da diğer bir ifadeyle heyecana bağlı işlev, iletiyi gönderenin o konudaki duygularını ve heyecanlarını aktarmaya, göndericinin kendi iletisine karşı tutumunu ifade etmeye hizmet eder. Öznelğin hakim olduğu bu işlev, mesajı gönderenle mesaj arasındaki ilişkileri açıklar. Anlatımsal işlev, günlük yaşantımızda, mimiklerimizde, jestlerimizde, şiirlerde, eleştiri yazılarında, denemelerde, mektuplarda kişisel duyguları, heyecanları, korkuları, yargıları ifade etmede kullanılan bir işlevdir. Heyecana bağlı anlatımsal işlev, göstergesel işlevin tam tersidir. Göndergesel işlev nesnellik gerektirirken, anlatımsal işlev duygusal ve kişiseldir. İletişim unsuru olarak iletiyi göndereni öne çıkaran anlatımsal işlev, turizm metinlerinin çeşitliliği düşünüldüğünde sık karşılaşılan bir durumdur. Turizm konulu dergilerde, bloglarda, web sitelerinde, sanat müzelerinde iletiyi gönderenin duygu ve heyecanlarını ortaya çıkarmak amacıyla dilin anlatımsal işlevinden yararlanır. İletişim unsuru iletiyi gönderen, odak noktası iletiyi gönderenle alan arasındaki ilişkidir. Örneğin ‘Skylife’ dergisi uçakla seyahat eden herkesin baktığı, ayrıca yanında götürebildiği bir dergi olarak, Türkiye’nin kültür coğrafyasını, tarihi ve kültürel değerlerini tanıtırken mesajı gönderenle mesaj arasındaki ilişkiyi açıklayan birçok deneme yazısına, turist yorumlarına, mektuplarına ve makaleye yer verir. Bu tür metinlerde duygusal ve kişisel söylemlere rastlamak olağan bir durumdur. Örnek cümlelerde görüleceği üzere ileti gönderenin duygu ve düşüncelerini yansıtır: “Ölüdeniz’in muhteşem manzarasını Babadağ’dan uçarak izlemek benzersiz bir deneyimdi. İlk fırsatta tekrar yapmak istiyorum. Unutamayacağım bu deneyimi bana yaşatan herkese teşekkür ederim”.

Çağrı işlevi, alıcıyı harekete geçirmeyi hedefler. Alıcıyı harekete geçirme işlevinde ileti, alıcıda bir davranış değişikliğine neden olur. Parti propogandaları, reklam iletileri, ilanlar, törenler, resmi mektuplar ve raporlar gibi metinlerde dilin çağrı işlevinden yararlanır. İletiyi gönderen, alıcıyı sorgulama amacı güder. Bu işlev, mesaj ile alıcı arasındaki ilişkiyi açıklar ve dil alıcıyı harekete geçirecek şekilde kullanılır. İletişim

unsuru iletiyi alan, odak noktası ise ileti ile alıcı arasındaki ilişkidir. Çağrı işlevi hemen her turizm metninde rastlanan bir işlev olarak değerlendirilebilir. Okuduğu turizm metinlerinden etkilenen turist, seyahat etmeye, turizm hareketliliğine katılmaya karar verir. “Karadeniz turları hemen herkesin aklında olan bir rota. Siz de her yıl Karadeniz gezisi planları yapıyor ancak bir türlü Karadeniz turuna çıkamıyorsanız, yazımızı okuduktan sonra Karadeniz tatili planları yapacağınıza eminiz! Gecikmeyin!” ifadesinde dil, alıcıyı harekete geçirmek ve mevcut davranışını değiştirmek amacıyla kullanılmıştır.

İlişki işlevi, kanalı kontrol işlevidir. İlişkinin iletişim unsuru olarak öne çıktığı bu işlevde odak noktası iletinin içeriğinden ziyade gönderici ile alıcı arasında kurulan iletişimin sürdürülmesidir. Törenlerde, nutuklarda, önemli konuşmalarda ve özellikle reklamcılıkta sıklıkla kullanılan bir işlevdir. Öncelikle alıcının dikkatinin çekilmesi ve ardından kurulan bu ilişkinin sürdürülmesi esastır. Alıcıda merak ve ilgi uyandırmak önceliklidir. Turizm bağlamında ilişki işlevi turist ile kurulan ilişkinin muhafaza edilmesine yöneliktir. Turizm seyahat acentalarının, konaklama merkezlerinin konuklarına yönelik veda metinlerinde, teşekkür mesajı içeren misafirperverlik temalı metinlerde, davetiyelerde vb. metinlerde bu işleve rastlanabilir. “Bir sonraki ziyaretinizde sizi ağırlamak bizim için bir zevktir. Bekliyor olacağız. Kartımızı aldınız mı?” ifadelerinde dilin kullanımı iletişim kanallarını denetlemek için kullanılmıştır ve ilişki işlevi taşımaktadır. Bu işlev, göstergesel, anlatımsal ya da çağrı işlevi kadar sıklıkla olmasa da turizm metinlerinde rastlanan bir işlev olarak kabul edilebilir.

İlişki unsurunun ortak kod olduğu üstdil işlevi ya da dil ötesi işlevi, dille ilgili bilgi vermek ve dili açıklamak amacıyla kullanılır. Dil ötesi işleve daha çok bilimsel metinlerde, derslerde, ders kitaplarında, sözlüklerde, ansiklopedilerde rastlanır. “Aslında burada anlatılmak istenen, bir başka deyişle, ...” tarzında cümlelerde kullanılan işlev üstdil işlevidir. Konuşan kişi dili kullanarak dili açıklar. Burada amaç dilde anlaşılmayanları dili kullanarak açıklamaktır. Örneğin; “Camiye girmeden önce ayakkabılar çıkartılır. Namaz saatleri sırasında camimiz ziyarete kapalıdır.” cümlelerinde olduğu gibi amaç dili açıklamaktır. Bu işleve sahip iletiler aynı zamanda göndergesellik işlevi veya harekete geçirme işlevi de taşıyabilir. Dil ötesi işlev günlük yaşantımızda da sık sık karşılaştığımız bir işlevdir. Kabul gören davranış biçimini anlatmak amacıyla üstdil işlevinden yararlanılır.

İletişim unsuru ileti olduğunda işlev şiirseldir. Daha çok lirik anlatılarda ve şiirlerde karşımıza çıkar. Alıcıda uyandırılmak istenen duygular dilin şiirsel kullanımı ile sağlanır. Şiirsel işlev en çok edebi metinlerde karşımıza çıksa da dili kullanan tüm kişiler bu işlevi kullanabilir. Bu yönüyle turizm metinlerinde sık olmasa da rastlanan bir işlevdir. Şiirsel işlevde mecaz ve yan anlamlara sıkça rastlanır. Örneğin, İstanbul'un Beyoğlu semtinde bulunan Galata Mevlevihanesi Müzesinde yer alan turizm metinlerinde Mevlana Celaleddin-i Rumi'nin mecaz ve yan anlamlarla yüklü lirik ifadelerine yer verilmiştir.

Çeviriyi iletişimsel bir olgu olarak değerlendiren Reiss, Bühler'in metin ana türleri üzerinde temellendirdiği çeviri kuramını geliştirir. Reiss, öne sürdüğü çeviri odaklı metin tipolojisiyle çeviriye sistematik bir yaklaşım getirir. Bühler'in bahsettiği göndergesel işlevin 'içerik' odaklı, anlatım işlevinin 'biçim' odaklı ve seslenme işlevinin 'çağrı' odaklı olduğunu ifade eder (akt. Göktürk, 1994). Radyo, televizyon oyunları, şarkı sözü gibi metinleri 'işitsel araçlı' olarak adlandıran Reiss daha sonra kavramlarında bazı değişiklikler yapmış ve 1983'te yayınladığı bir çalışmada, bölümlemesini temel olarak 'bilgilendirici' ve 'anlatımcı' olarak ikiye ayırmış ve 1984'teki bir yayınında dördüncü metin türünü 'çok araçlı metin' olarak değiştirmiştir (akt. Göktürk, 1994). Dilin üç işlevini iletişimsel durumlarla ilişkilendiren Reiss'ın metin sınıflandırma modeli, çevirinin iletişim amacına karşı farkındalık uyandırmada bir dönüm noktası olarak değerlendirilebilir. Metin türü kavramının, metinlerin amacını, işlevlerini ve yazarın niyetini belirlemede başvurulacak çok değerli bir vasıta olarak ortaya konulması Reiss'ın sınıflandırmasının önemini ortaya koymaktadır. Metin türü, çevirmenin kaynak ve erek metin arasında uygun eşdeğerlik düzeylerinin hiyerarşisini belirlemede; amacı, işlevi ve niyeti muhafaza etmeye yönelik en uygun çeviri kararlarını seçmesinde faydalandığı kılavuzdur. Bu bağlamda, turizm metinlerinin ne tür metinler olduğunun bilinmesi, işlevlerinin tespit edilmesi etkin turizm metinlerinin yazılmasına ve işlevini yerine getiren turizm çevirilerinin üretilmesine imkan tanıyacaktır. Potansiyel turisti harekete geçirmeyi amaçlayan turizm metinleri nesnel bilgiyi alıcıya iletir; yazarın duygu ve düşüncelerini aktarırken mesajı gönderenle mesaj arasındaki ilişkiyi açıklar; turisti heyecanlandırıp, seyahata özendirerek turizm eyleminde bulunmaya ikna eder; alıcı ile kurduğu ilişki çerçevesinde reklamı yapılmak istenen ürün hakkında bilgi vermeye devam eder. Turizm metinleri birden fazla işlevi içinde barındıran karmaşık metinlerdir. Bu nedenle metin

türü belirlemek işlevsel turizm metinleri üretebilmenin ilk adımı olarak değerlendirilebilir.

Metin türleri konusunu ele alan Newmark (1988) da Bühler ve Jacobson'ın düşüncelerinden etkilenir ve çeviri için metinleri değerlendirmenin en işlemsel yolunun ve ilk adımının metinleri işlevlerine göre sınıflandırmak olduğunu savunur. Göktürk (1994), Reiss ve Vermeer'in 1984 tarihli bir yayınına istinaden metin türlerini *yalın*, *karmaşık* ve *önceli metin* olmak üzere üç grupta toplar ve metin türü konusunu 'metin gelenekleri', 'dilini değişik düzeylerinde metin geleneği etkisi', 'iletişim açısından metin türü' ve 'çeviri' olmak üzere dört ana başlıkta inceler. İletişim açısından metin türü geleneklerinin önemini vurgulayan Göktürk, metin türü geleneklerinin üç farklı etkisini şu sözleriyle ifade eder: "Bunlardan birincisi, hangi gelenekten bir metin karşısında olduğumuzu gösterecek belirtiler; ikincisi belli bir beklenti durumunun uyandırılması; ve üçüncüsü de metni kavrayışımızın yönlendirilmesidir" (Göktürk, 1994).

Wilss (1996), içerik ile biçim arasındaki farklılıklara rağmen, metin türleri üzerine yapılan bütün araştırmaların temel bir varsayım etrafında birleştiğini savunur (s. 64). Wilss'e göre metin türleri üzerine yapılan araştırmaların ortak noktası, metinlerin temelinde sözbilimsel yapıların olduğu ve bu yapıların metinleri nispeten değişken kıldığı varsayımdır. Munday (2010), metin türünün üst başlık olarak değerlendirilmesinin çeviribilime çok farklı bir yön kazandırdığını belirtir. Metin türünün üst başlık olarak önem kazanması çeviribilimde amaç kavramını öne çıkaran işlevsel çeviri yaklaşımı olarak değerlendirilebilir.

Etkin turizm çevirileri üretebilmenin temel hareket noktası turizm metinlerinin ne tür metinler olduklarının saptanması ve işlevlerinin tespit edilmesidir. Bu çalışmada turizm metinlerinin ne tür metinler oldukları ve hangi işlevleri yerine getirdikleri ele alınırken çeviribilimde en yaygın şekilde başvurulanan metin türü sınıflandırmalarından biri olması nedeniyle Katherina Reiss'in (2000) metin tipolojisinden yararlanılmıştır.

Reiss'in çeviribilimin gelişiminde çığır açan metin tipolojisi modeli, metindilbilim ve iletişim bilimlerini de yakından ilgilendirmektedir. Çeviri bir iletişim eylemidir ve birincil kaynaktan hedef alıcıya iletilmesi gereken bir mesaj söz konusudur. Bu nedenle temel amaç hedef dilde işlevsel açıdan kaynak dile eşdeğer bir metin üretmektir. Reiss'in yaklaşımında çeviri yaparken kaynak metnin işlevi esas alınmaktadır. Reiss (2004), kaynak metnin işlevinin hedef metinle aynı olmadığı durumları çeviri değil, aktarım

olarak değerlendirir. Metin türü ile çeviri yöntemi arasında ilişki kuran Reiss'in metin tipolojisi bir metni çevirirken 'analiz', 'metin çeşidi' ve 'yeniden ifade etmek' üzere üç aşamalı bir yaklaşım sunar. Bir çevirinin değerlendirmesini yapabilmek için önce orijinal metnin nasıl bir metin olduğu, daha sonra çevirmenin çeviriyi nasıl algıladığı ve son olarak çeviri metnin amacının ne olduğu ele alınmalıdır.

Reiss'in dilin üç işlevini ilişkilendirdiği iletişimsel durumlardan ilki, gerçeklerin yalın bir biçimde iletildiği düz iletişimdir (akt. Göktürk, 1994, s. 26). Haberlerin, çeşitli bilgilerin, niyetlerin ya da yargıların iletilmesini içeren düz iletişimde dil işlevseldir ve temel amaç bilgi aktarımıdır. Metnin yapısı anlambilimsel ve sözdizimsel seviyede temellenmiştir. Düz gerçeklerin yalın bir şekilde ifadesini içeren iletişim durumları 'bilgilendirici metinler' (informative) türünün temelini oluşturur.

İkinci iletişimsel durum, yaratıcılığa ilişkindir. Kendi dünyasını kurup dillendiren metin yazarı ön plandadır ve düşüncelerini gönlünce düzenleyebilmek için dilin anlatımsal yönünü kullanır. İletişime dair böyle durumlarda metin sadece sözdizimsel ve anlamsal seviyede değil aynı zamanda sanatsal seviyede yapılandırılır. Bu tür iletişim durumları 'anlatımsal' metinlere (expressive) karşılık gelir.

Son iletişimsel durum, davranışsal tepkilere neden olan iletişim durumlarıdır. Okuyucunun bu metinlere tepki vermesi beklenir. Burada metin iki, hatta üç seviyede yapılandırılır. Metnin, sözdizimsel-anlambilimsel ya da sanatsal ve ikna edici seviyelerde yapılandırıldığı metin türü 'işlemsel' (operative) metinlerdir (Munday, 2010, s.72).

Üç iletişimsel durumu ilgili dil boyutu ile ilişkilendiren Reiss, metinleri işlevlerine göre dört gruba ayırır: İçerik odaklı bilgilendirici metinler, biçim odaklı anlatımsal metinler, çağrı odaklı işlemsel metinler ve işitsel-araçsal metinler. Tablo 1.2'de Munday'ın (2010), Reiss'in metin türlerini çeviriye uyarlama tablosu, 'bilgilendirici', 'anlatımsal' ve 'işlemsel' olmak üzere Reiss'in ilk üç metin türünü ve işlevlerine göre uygun çeviri yöntemlerini göstermektedir (s. 73):

Tablo 1.2 Metin türlerini çeviriye uyarlama (Munday, 2010).

METİN TÜRÜ	BİLGİLENDİRİCİ	ANLATIMSAL	İŞLEMSEL
DİLİN İŞLEVİ	Bilgilendirici, düz gerçekler ve nesnelerin betimlenmesi	Anlatımsal, iletiyi gönderenin tavrını ifade etme	Çağrı, okuyucuyu cezbetmek
DİL BOYUTU	Mantıklı	Estetik	Diyalojik
METİN ODAĞI	İçerik	Biçim	Çağrı
KAYNAK METİNDEN BEKLENEN	Göstergesel içeriğin verilmesi	Estetik biçimin verilmesi	İstenen tepkiyi yaratma
ÇEVİRİ YÖNTEMİ	‘Düz yanıtlar’, gerek duyuldukça yapılan açıklamalar	‘Tanımlayıcı’, Kaynak metnin ve yazarın bakış açısının benimsenmesi	‘Uyarlanabilir’, eşdeğer etki

İçerik odaklı yani bilgilendirici metinler Tablo 1.2’ de gösterilen ilk metin türüdür. Bilgilendirici metinlerde herhangi bir konuya ait gerçekler aktarılır. Dil olgusunun dışındaki bir gerçekliğin vurgulandığı bilgilendirici metinler, metin yaratıcısından bağımsız değerlendirilir. Müzelerde yer alan bilgilendirme amaçlı tanıtım tabela ve panolarındaki metinler bilgilendirici metinlere örnek verilebilir. Çok çeşitli disiplinlerle alakası nedeniyle birçoğu teknik metin kapsamında değerlendirilebilen turizm metinleri ağırlıklı olarak bu türe dahil edilebilir. Başkalarına ait düşüncelerin ya da kuramlar gibi bilgilerin aktarıldığı haber, bilgi, deneyim aktaran metinler, raporlar, kullanım kılavuzları, resmi evraklar, antlaşmalar, teknik metinler, ders kitapları bilgilendirici metinler grubunda yer alır. Temel amacı bilgi vermek olan içerik odaklı metinler, doğru bilgi ve etkin iletişim odaklı oldukları için içeriği ön planda tutarlar. İçerik odaklı metinlerin değerlendirmesinde metnin dilsel unsurları, tarzı ve anlamsal özellikleri ele alınır. Bilgi vermek için tasarlanan içerik odaklı metinler bir ölçüde anonim metinlerdir. Turizm metinlerinin birincil işlevi bilgi vermektir. Özellikle müze ve ören yerlerinin tanıtım ve bilgilendirme pano ve tabelalarında dil olgusunun dışında bir gerçekliğin ifade edildiği bilgilendirici metinlere rastlanır. Bu metinler, Osmanlı İmparatorluğunda tımar sistemi, Türk halılarında ‘Gordion Düğümü’ ya da Ayasofya Müzesinin tarihi gibi çok çeşitli konularda olabilir. Turist gittiği her turistik tarihi mekanda, müzelerde, antik kentlerde ya da ören yerlerinde, ziyaret ettiği yer hakkında bilgi edinmek ister ve bu mekanlarda bilgi aktarımının yolu turizm metinleridir. Valdeon’a göre, bilgilendirici metinlerin ayırt edici özelliği, özel bir konuda özel bir bilgi verirken mümkün olduğunca az sayıda özel kelime içermesidir (2009, s. 77). Bilgilendirici metinlerin diğer bir özelliği

de geçerliliklerinin süreli olmasıdır. Bilgilendirici metinler okuyucularla ya da dinleyicilerle iletişime geçerler. Bu durum özellikle yönergeler içeren metinler için geçerlidir. Yönergeler bir oyunun nasıl oynanacağı, herhangi bir yere nasıl kaydolunacağı ya da bir müzeye nasıl gidileceği hakkında bilgi verebilir. Verili metin bilgilendirici metin olarak tanımlandığında uygun çeviri yöntemi kararlaştırılır. Bilgilendirici metinlerin çevirisi metnin çevirisinden ziyade bilginin çevirisidir (Venuti, 1995, s. 18). İçerik odaklı metinlerin çevirisinde, kaynak metnin ve erek metnin içerikleri tam olarak aynı olmalıdır. Bu nedenle çevirinin içeriği kaynak dil kullanımıyla uyumlu olmak zorundadır.

İkinci metin türü olan biçim odaklı yani anlatımsal metinler, metin yazarının zihnini yansıtır. Metni yaratan kişi duygularına hiçbir yanıt beklemediği izlenimi verecek şekilde aktarır. Diğer bir deyişle metin, her türlü olası tepkinin etkisinden muaftır. Biçim, genel anlamıyla metin yazarının kendisini ne şekilde ifade ettiği ile ilgilidir. Anlatımsal metinler yazarın dilin estetik boyutunu öne çıkardığı ‘yaratıcı yazı’ kapsamında değerlendirilir. Reiss (2000), bütün dil boyutlarını ve işlevlerini içermesi nedeniyle ‘anlatımsal metinleri’ diğer metin türlerinden farklı bir yere koyar. Bu tür metinlerde yazar tüm unsurları estetik etki yaratmak amacıyla kullanır. Metnin ana konusunu ve içeriğini etkileyen estetik etkiler bazen bilerek bazen de bilmeden ortaya çıkabilirler. Erek dilde özel estetik ifadeler ancak bazı benzeş ifade biçimleriyle üretilebilir. Bu nedenle biçim odaklı metinlerin çevirisinde erek metin kaynak metninkine eşdeğer bir estetik etki yaratmalıdır. Bu noktada gerçekten eşdeğer bir çeviri yapabilmenin yolu, “erek dilde kaynak dildekine benzeş biçimler” olmasıdır (Reiss, 2000, s. 32). Diğer bir deyişle; anlatımsal metinlerde temel gereksinim, kaynak metin ve erek metinde benzer biçim ve benzer etki elde edilmesidir. Çevirmen kaynak dile bağlı kalmaz; aksine kaynak dile ve kaynak metne ilham verecek şekilde erek dilde aynı etkiyi yaratacak benzeş biçimler arayışına girer. Bu yönüyle, biçim odaklı metinler kaynak dile yönelik metinlerdir (Reiss, 2000, s. 33). Biyografiler, günlükler, kişisel yazışmalar, kısa hikayeler, anekdotlar, kurgu eserler; tüm edebi yazılar ‘anlatımsal metin’ örneklerinden sayılabilir. Biçim ve içerikte farklı olmalarına rağmen bütün anlatımsal metinlerin ortak bazı özellikleri bulunmaktadır. Öncelikle ister düz yazı ister şiir olsun, anlatımsal metinlerin dili kendilerine özeldir ve açık şekilde günlük dilden farklıdır. Burada kelimeler, cümle yapıları ve anlamsal yapılar günlük dilin aksine, alımlayanda duygusal, zihinsel ve hayali durumları tetikler. Yazarın içinde bulunduğu çevre ve ortam, tavırlarını, bakış açılarını

ve dünya görüşünü belirlemede büyük rol üstlenir. Yazar ya da şair yazma sürecinde düşüncelerini üretirken çevreye ve ortama ilişkin unsurlardan bağımsız değildir. Biçim odaklı anlatımsal metinlerin diğer bir özelliği tesir edici güçleridir. Sözcüklerin ve cümlelerin uyum içinde benzersiz biçimde bir araya getirilmesi alımlayanda hayranlık uyandırır. Okuyucunun duygusal ya da entellektüel anlamda motive olması için gereken etkiyi yaratacak tarzda yazılmaları gerekir. Yazar bir anlamda kendi edebi eserini yaratırken biçimsel yollara girer. Anlatımsal bir metni, özellikle edebi olanları çevirmek, estetik ve güzel söz söylemeye dair değerlerin üretildiği yaratıcı bir sürece tabidir ve bilgi veren metinlerin aksine biçim ile içerik birbirlerini destekleyecek yönde ilişkilendirilir. Anlatımsal metinlerin çevirisi birçok unsuru içermesi nedeniyle son derece karmaşık bir süreçtir. Anlatımsal metinleri çeviren kişilerin sadece iki dili iyi düzeyde bilmeleri çeviri için yeterli gelmez; aynı zamanda ilgili alan bilgisine ve deneyime sahip olmaları gerekir. Anlatımsal işlev söz konusu olduğunda eşdeğer metinler üretmek çevirmenin yaratım yeteneğine ve yaratıcı yazarlığına bağlıdır. Anlatımsal metinlerin çevirilerinin, içerdikleri estetik ve ifadesel değerler nedeniyle diğer metin türlerine kıyasla daha zor olduğunu ileri sürülebilir. Estetik işlev sözcüklerin güzelliğini, simgesel dili, metaforların önemini vurgularken; ifadeye yönelik anlatımsal işlev yazarın düşüncelerini, düşünme sürecini ve duygularını vurgular.

Reiss'ın (2000) tipolojisindeki üçüncü tür metinler çağrı odaklı işlemsel metinlerdir. Çağrı işlevinde okuyucu başrol üstlenir. Turizm metinleri sıradan insanların dikkatini çekmek, ilgisini arttırmak ve estetik bir etki uyandırmak amacıyla yazıldığından çağrı işlevi ön plandadır. Çağrı odaklı metinlerde amaç ikna edici bir tavırdan içeriği aktarırken, metni gönderen ile metni alımlayanın tepkilerinin aynı olmasını sağlamaktır. İşlemsel metinler bilgiyi özel bir amaç doğrultusunda sunar ve bu nedenle sonuç dilbilimsel değildir (Reiss, 2000, s. 38). İşlemsel metinlerin dilsel biçimi ikinci plandadır. İçerik ve ikna edicilik bağlamında çözümlenen işlemsel metinler okuyucuda belli bir yönde tepkiye neden olur. Okuyucunun dikkatini çekmek ve tepkisini uyandırmak için dilin belagat işlevinden yararlanır. Reklamlar, vaazlar, propaganda metinleri, seçim konuşmaları, turizm broşürleri gibi çağrı işlevi olan bütün metinler bu gruba dahil edilir. Çağrı işlevi olan metinlerde çevirmen, metnin işlevini yerine getirmesi için kaynak metnin biçiminden ve içeriğinden uzaklaşabilir. İşlemsel metinler alımlayanı bir konuda harekete geçmeye ya da tepki vermeye çağıran uyarıcı metinlerdir (Reiss, 1989, s. 109). Çağrı

işlevli işlemsel metinler birden fazla işlevi yerine getirebilir. Örneğin politik metinler bilgi verirken aynı zamanda, güzel söz söyleme stratejilerini kullanır ve “aynı zamanda alımlayanı yönlendirmek amacıyla dilden anlatımsal bir araç olarak yararlanır” (Smirnova, 2012, s. 92). Reiss’a (2000) göre bir metnin, çağrı işlevli olarak kabul edilmesi için maksatlı ve taraflı olması, edebi açıdan fazlasıyla üzerinde çalışılması ve belirli bir amaca yoğunlaşması gerekir. Reiss, çağrı işlevli metinlerin çevirisinde benimsenecek bakış açısını reklam metinlerinden verdiği örnekler üzerinden açıklar. Reklam metinlerinin amacı alımlayanı, reklamı yapılan ürünü almaya ikna etmektir. Ancak farklı dil gruplarına mensup alıcılar aynı metni farklı şekillerde algılayacak ve bu doğrultuda farklı tepkiler vereceklerdir. Örneğin, Almanya’da piyasaya yeni sürülen meyve suyu reklamının sloganında yer alan “güney güneşinin hayat veren enerjisi” ifadesi çok sıcak ülkelerde yaşayan insanlara Almanya’da yaşayanlara geldiği kadar çekici gelmeyecektir. Böyle durumlarda kaynak metni olduğu gibi muhafaza etmeye çalışmak boşuna bir çaba olacaktır. Benzer sorunlar dini metinlerin çevirisinde de yaşanabilir. Örneğin, İncil’de geçen ‘İsa’nın kuzuları’ metaforu Eskimo kültüründe, kuzuya aşına olmadıkları için anlam ifade etmeyecektir. Bu nedenle çeviriyi yaparken *kuzu* sözcüğünde ısrar etmek yerine, Eskimo kültürünün çok daha tanıdık olduğu ve kendilerini özdeşleştirebilecekleri *fok* sözcüğü daha yerinde bir seçim olarak değerlendirilebilir (Reiss, 2000, s. 41-42). Çağrı işlevi olan metinlerin çevirisinde benimsenen yaklaşım, Nida’nın dinamik eşdeğerlik olarak adlandırdığı stratejiyi akla getirmektedir. Bu tür metinlerin çevirisi değerlendirilirken öncelikle çevirmenin metnin dilsel ve edebi olmayan amaçlarını ne ölçüde dikkate aldığı ve kaynak metindeki çekiciliğin erek metinde bulunup bulunmadığı ele alınmalıdır.

Reiss’in (2000) metin tipolojisinde dördüncü metin tipi olan görsel-araçsal metinler, çeviribilimin farklı bir alt disiplini olarak ele alınmaları nedeniyle bu çalışmaya dahil edilmemiştir.

Reiss’in (2000) metin tipolojisinde tek bir metin türüne dahil edilemeyecek metinler melez metinler olarak tanımlanmaktadır. Bu konuda Reiss’la hemfikir olan Newmark (1988), pek az metnin sadece tek bir işleve sahip olduğunu, birçok metnin birden fazla ve hatta bir işlev ön planda olsa da bütün işlevleri yerine getirdiğini belirtir. Bazı metinler bilgilendirici, anlatımsal ve çağrı işlevi olan metinler arasında bir yerde konumlanmıştır. Örneğin, biyografiler bilgilendirici ve aynı zamanda anlatımsal metinler olarak

değerlendirebilir. Benzer şekilde bir vaaz dini konular hakkında bilgi verirken, inananları belli şekillerde davranmaya çağırma özelliğiyle işlemsel metin grubuna dahil edilebilir (Munday, 2010, s. 73). Melez metinler konu hakkında bilgi verirken, çağrı ya da anlatımsal işlevleri de yerine getirebilir ya da aynı anda üç işlevli olabilirler. Melez metinlerin çeviri sürecinde etken unsur esas olarak kaynak metnin işlevidir.

Erek metin üretiminde, kaynak metnin birincil işlevinin temel etken olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirten Reiss (2013), metin türlerine özel çeviri yaklaşımları önermektedir. Bilgilendirme işlevli erek metin, kaynak metnin bütün göndergesel veya kavramsal içeriğini taşımalıdır. Çeviri, kısaltma yapmaksızın düz metin tarzında olmalı ve gerekirse açıklamalar yapılmalıdır. Anlatımsal metinler kaynak metnin estetik ve sanatsal yönünü vermeli ve çeviride, çevirmenin kaynak metin yazarının çıkış noktasını benimsediği tanımlama (identifying) yöntemi kullanılmalıdır. İşlemsel metinler ise hedef metnin alıcısında istenen etkiyi yaratmalı ve bu amaçla çevirmen erek metnin okurunda eşdeğer bir etki yaratan benimseme (adopting) yönteminden yararlanmalıdır. Son olarak Reiss, görsel-araçsal metinlerde yazılı sözcüklerin görseller ve müzikle tamamlandığı ve bütünleyici (supplementary) olarak adlandırdığı yöntemin kullanılmasını önermektedir (akt. Munday, 2010, s. 734).

Hatim & Munday (2004) bilgilendirici metinlerde anlamsal eşdeğerliğin öncelikli, çağrı içeren anlamların ve estetik değerin ise ikinci planda olduğunu; anlatımsal metinler söz konusu olduğunda ise esas meselenin anlam olarak içeriği gözetirken estetik etkinin korunması olduğunu belirtmiştir (2004, s. 284). İşlemsel metinler ikna edicilik gibi dildışı etkileri ile ele alınmalıdır. Çağrı niteliği taşıyan işlemsel metinlerde ise işlevsel eşdeğerlik biçim ve içerikten önce gelmektedir. Bilgilendirici metinler okuyan için kaynak metnin içeriğine erişim sağlarken, anlatımsal metinler doğrudan içeriğin sanatsal değerini yansıtmaktadır. Öte yandan işlemsel metinler okuyucuda istenen tepkiyi yaratacak bir metin biçimi yaratmalıdır (Reiss, 1989, s. 110-111).

Munday'a (2010) göre, Reiss'in metin tipolojisi çeviri kuramını alt dilsel seviyelerin ötesine taşıyarak çeviribilime çok önemli bir katkı sağlamıştır (s. 74). Metin türünün tespiti, çeviriye başlamadan önce kaynak metnin dikkatle incelenmesini gerektirir. Bu nedenle metin tipi, çevirmenlerin uygun çeviri stratejilerine karar vermesinde çok önemli bir etken olarak kabul edilmektedir.

Bu bağlamda alt metin türü olarak turizm çevirileri söz konusu olduğunda öncelikle turizm metnlerinin amaç ve işlevlerinin açıklanması gerekmektedir. Bu bağlamda turizm metinleri, turisti seyahat etmeye özendirmeli, hakkında bilgi verilen yeri görmeye ikna etmeli ve o yerin doğası, tarihi, kültürü, örf ve adetleri konusunda turiste bilgi vermeli ve bu bilgiyi gerektiği durumlarda şiirsel bir dille estetik değerler gözeterek yapmalıdır. Bilgilendirme işlevi öncül, çağrı işlevi nihai amaç olarak ele alınmalıdır.

Turizm endüstrisinin bütün cephelerinde ciddi boyutta bir bilgi akışı gerçekleşir. Bu bilgi aktarımı uluslararası turizmin gelişimini desteklerken yabancı turistlerin ilgisini çeken yerlerin cazibesini arttırır. Turist destinasyon seçerken, o yer hakkında bilgi ve kendisini nasıl bir deneyimin beklediğine dair fikir sahibi olmak ister. Verilen çekici ve doğru bilgiler turistin kararını onaylar ve seyahat arzusunu pekiştirir. Bu nedenle turizm metnlerinin bilgilendirici işlevi göz ardı edilemez ve bilgilendirici metnin çevirisinde iletişim öncelik taşımaktadır (Newmark, 1988). Turist, gezdiği, gördüğü yerler hakkında turizm metinleri aracılığıyla geniş bir çerçevede detaylı bilgi almak ister. Destinasyonun coğrafi konumu, jeo-stratejik konumu, tarihi, kültürü, folklorü, havası, yemekleri turistin merak ettiği konular arasındadır. Ancak turistin okuyacağı metinler, aktarılması niyet edilen bilgiyi son derece yalın bir dille her okurun anlayabileceği şekilde yapmalı ve bu nedenle fazla karmaşık dilsel yapılar tercih edilmemelidir. Aşağıdaki örnekte görüldüğü gibi mümkün olduğunca detaylı bir bilginin en kısa, en sade ve en anlaşılır biçimde aktarılması söz konusudur:

“The legendary female warriors, the Amazons, founded İzmir, or Smyrna as it was called in Ancient Times, according to one story. Alternatively, according to another legend, the Leges established it. The city is located on the Aegean Coast in the West of Turkey, and the city is the biggest and most important settlement in the Aegean Region, İzmir, which has managed to modernize whilst preserving its archeological and historical assets, is an important trade center, because of its port.” (İzmir Brochure, s. 4, akt. Doğan, 2014, s. 34)

Yukarıdaki örnekte, İzmir şehrinin Ege denizi kıyısındaki coğrafi konumu, büyüklüğü, limanı ve tarihi yerlerinin önemi ve şehrin kuruluşuna dair iki mitolojik efsane hakkında birçok bilgi, basit dilsel yapılarla tek bir paragrafta her okuyanın anlayacağı şekilde aktarılmıştır. Turizm metinlerinde metnin uzunluğu ve verilen bilginin yoğunluğu

dengelenmek durumundadır. Turist etraflıca bilgi sahibi olmak ister ancak metne aşırı bilgi yüklemek turist ile metin arasındaki ilişkiyi kesintiye uğratabilir. Newmark’a (1988) göre dilin bilgilendirme işlevinin temelinde dildışı unsurlar odak noktasıdır. Turizm metinlerinin bilgilendirici cephesinde teknik ya da özel terimce kullanımı sık rastlanan bir durumdur. Özel bir terimcenin kullanıldığı turizm metinlerinde çevirmenin okuyucuyu kaybetmemek adına uygun çeviri stratejilerini uygulaması beklenmektedir. Aşağıdaki örnekte İstanbul broşürünün Topkapı Sarayı Müzesi hakkında bilgi verdiği bölümde birçok Osmanlıca terim kullanımı göze çarpmaktadır. Çevirmen bu örnekte Osmanlıca sözcüklerin anlamlarını anlaşılır kılmak için metni parantez içi açıklamalarla desteklemiştir. Metin yoğun şekilde kültüre özgü sözcüklerle yüklü bir metindir. Bu unsurlar birebir aktarım yoluyla erek metne aktarılmıştır:

“The second courtyard is named the Divan Meydanı (Courtyard of the Imperial Council). Ulufe, the quarterly wages of the soldiers of Ottoman military, was distributed from this square. The audiences of the embassies were also held in this courtyard. As in the first courtyard, here a road (the Vizier’s Road) leads to the Divan-ı Hümayun (Chamber of Imperial Council) and the Bab-üs Saade (Gate of Felicity).” (Istanbul Brochure, s. 40, akt. Doğan, 2014, s. 35).

Örnekte görüldüğü üzere metinde, Divan Meydanı, Ulufe, Divan-ı Hümayun, Bab-üs Saadet gibi Farsça sözcükler geçmektedir. Orta Doğu’dan gelen turistler, bu sözcüklerin tanıdık olmaları nedeniyle, metinde herhangi bir açıklamaya gereksinim duymazken; diğer turistlerin parantez içi açıklamalar olmadan metni bütünlük içinde takip edebilmeleri olası değildir. Bu nedenle çevirmenin metnin işlevini yerine getirebilmesi için uygun çeviri stratejilerine başvurması gerekmektedir.

Anlatımsal işlev, dilin estetik boyutunu yaratıcı bir şekilde kullanmayı amaçlar. Newmark (1988) anlatımsal işlevin özünü anlatanın, yazarın ya da ifadenin yaratıcısının zihni olarak görmektedir (s. 39). Anlatımsal metinlerde, bilgilendirme yönü estetik unsurlarla desteklenir. Metin yazarı, stile dair seçimler yaparak okuyucuyu etkileyecek şekilde metnin anlamına katkıda bulunur. Dilin anlatımsal işlevi, yazarın estetik bir biçimde dile getirdiği duygularıyla ve düşünceleriyle ilgilidir. Anlatımsal işlev açık ya da örtülü bir biçimde dillendirilebilir. Bu bağlamda turizm metinlerinde metin yazarı ve çevirmen, her türlü okuyucunun metinlerin anlatımsal işlevini kolayca algılayabilmesi

için niyetlerini açık şekilde ifade eder. Bilgilendirici işlev, turistlerin tatile karar verme ve planlama sürecinde kullanacağı pratik bilgileri verirken, aynı metinlerin anlatımsal işlevi, turistlerin bir sonraki tatillerini planlarken bir alternatif olarak destinasyonun zihinlerdeki imgesini yaratır. Dilin anlatımsal işlevi abartma, tekrar ya da eğretilme gibi dilsel kullanımlarla verilebilir. Turizm metinleri, okuyanların duygularını yönlendirerek destinasyonla ilgili olumlu duygulanımların deneyimlenmesine neden olur. Olumlu anlamda güçlü sıfatların sık sık kullanıldığı anlatımsal işlevde, turistlerin ilgisini çeken ve ilgiyi yüksek tutan biçimsel bir dil kullanılır. Aşağıda örnek olarak verilen Mardin şehri turizm broşüründe kullanılan *büyüleyici şehir* (enchanting city), *zengin tarih* (rich history), *göz alıcı güzellik* (stunning beauty), *zamanın ötesinde şairene şehir* (timeless poetic city) gibi sıfatlar okuyanda destinasyonla ilgili duygulanımları harekete geçiren anlatımsal işleve hizmet etmektedir:

“An enchanting city with her cultural wealth and architectural heritage passed down through thousands of years; a rich history blending religions, sects, customs and traditions; an open air museum of stunning beauty extending down from the hill on which it was founded. Mardin, a timeless poetic city created by the delicate sprit of the mason’s hands that gave form to its stones...” (Mardin Brochure, s. 1, akt. Doğan, 2014, s. 36).

Newmark’a (1988) göre dilin çağrı işlevinin özünde iletinin gönderildiği kişi ya da genel olarak okurluk olgusu yatar. Çağrı işlevi ifadesiyle, okuyucunun metnin hedeflediği yönde harekete geçmesi, düşünmeye ya da hissetmeye sevk etmesi kastedilmektedir (s. 41). Bir hizmet ve ürün satma ya da eğlendirme amacı güden metinler çağrı işlevi olan işlemsel metinlerdir. Nord (2006), okuyanı belli bir yönde hareket etmeye ikna etme amacıyla yazılmış metinler için *tanımlayıcı* (appellative) ifadesini kullanırken; Reiss, *işlemsel* (operative) ifadesini tercih etmektedir. Nord’un *tanımlayıcı* (appellative) işlevi, yazar tarafından tanımlanan deneyimin, alıcının duyarlılığı, dünya ve kültür bilgisi, duyguları ve değerleri temelinde işe yaramasını kastetmektedir. Turizm metinlerinin çevirisi reklam metni çevirisi kapsamında değerlendirilebilir. Destinasyonun betimlenmesinin ikna edici gücü dilin çağrı işlevinden kaynaklanmaktadır. Çağrı işlevi destinasyonun olumlu özelliklerini ve o yerle ilgili olumlu duyguları ve değerlendirmeleri ifade eder. Newmark’a (1988) göre çağrı işlevli metinlerin en önemli özelliklerinden biri, yazar ve okuyucu arasındaki ilişkiyi ön planda tutması ve metin dilini işleve uygun

kullanmasıdır. Bu nedenle metinde birinci ve ikinci tekil şahıs zamirleri, emir cümleleri, isimfiller, edilgen yapı ve ünlem işareti sık karşılaşılan dilsel unsurlardandır. Turizm metinlerinin çağrı işlevi, çağrı odaklı diyaloga dayalı bir dil içeren iletişimsel çeviri aracılığıyla alıcıya iletilmektedir. Bu nedenle çağrı işlevli metinler okuyucu tarafından kolayca anlaşılan bir dille yazılmalıdır. Newmark’a göre çevirmenin bu yönde çabası ancak yeterli alan bilgisi varsa karşılığını verebilir.

Melez metin sınıfına giren turizm metinleri sadece bilgilendirici, anlatımsal değil aynı zamanda çağrı işlevi olan metinlerdir. Turizm sektörünün ön koşulu metinler söz konusu olduğunda; dil, dilin kullanımı, metinlerin söylem tarzı ve ton özellikle önem kazanmaktadır.

1.2.3. Turizm Çevirisi Bir Kültürel Aktarım Olarak

Kültür belli bir insan topluluğunun ortak değerlerini ve inançlarını ifade eder; sanat ve edebiyat eserlerinin alanının çerçevesini çizer. Kültür, insanlığın ya da bir bölümünün düşünce üretimini ve bu üretimin birey tarafından özümsemiş, içselleştirilmiş bölümünü ortaya koyar. Kültürü açıklamak için sayısız tanıma başvurulabilir. Riley’a (2007) göre kültür, bir topluma ait gelenek, görenek, örf, adet, ortak tarih algısı, inançlar, dünya görüşü, değerler, tavırlar ve davranışları içeren bir bilgi bütünüdür (s. 36). Kültür kavramını benzer bir ifadeyle açıklayan Davies (2003, s. 68) kültürün nesilden nesile aktarıldığını ifade eder ve kültürü, bir toplumun öğrenme yoluyla nesilden nesile miras kalan değerler, tavırlar ve davranışlar bütünü olarak tanımlar. Her toplumun kendine ait bir dili ve kültürü vardır. Kültür uzun zaman dilimleri boyunca kendiliğinden gelişen ve o dili konuşan toplumlara mal olan bir olgudur. Her dilsel toplumun alışkanlıklar, değer yargıları ve sınıflandırma sistemlerinden oluşan çok geniş bir kültürü vardır. Dil toplumlarının kültürleri, benzerlikler gösterebileceği gibi aralarında büyük farklılıklarda olabilir. Kültür antropoloğu Goodenough (1957), kültür kavramını çok geniş bir çerçevede ele alır:

“As I see it, a society’s culture consists of whatever it is one has to know or believe in order to operate in a manner acceptable to its members... Culture, being what people have to learn as distinct from their biological heritage, must consist of the end of the product of learning: knowledge... We should note that culture is not a material phenomenon; it does not consist of things, people,

behaviour, or emotions. It is rather an organization of these things. It is the form of things that people have in mind, their models for perceiving, relating, and otherwise interpreting them. As such, the things people say and do, their social arrangements and events, are products or by-products of their culture as they apply it to the task of perceiving and dealing with their circumstances” (Goodenough, 1957, s. 167).

Goodenough’a göre kültür kavramı bir yaşamı algılama, ilişkilendirme ve yorumlama modeli; sosyal düzenlemeleri gerektiren bir yaşam biçimidir. Kültür’ün esası olan bilgi ancak öğrenme yoluyla edinilebilir. Cassirer (2011, akt. Arı, 2016) fiziksel, psişik ve tarihsel gerçekleri kültür objesinin kapsamına dahil eder. Bu bağlamda bir kültür objesi her zaman fiziksel bir temele ihtiyaç duyar. Resmin tuvale, heykelin mermere mecbur olması gibi geçmişteki bir kültür kendisini yalnızca bu tür anıtlarla ve dökümanlarla ifade eder. Kültürün doğru şekilde okunabilmesi ancak ikili bir yorum sayesinde gerçekleşir.

Yukarıda paylaşılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere kültür bir toplumun dünden bugüne inşa ettiği, somut olmayan değerler ve inançlar bütünüdür. Tarihsel olaylar, dini inançlar, gelenekler, fikirler, sistemler, teknolojiler, edebiyat, sanat kültürel ve dil kültürü ilgilendirir.

Kültürün temel ifade aracı dildir. Dil’in var olması ve varlığını sürdürebilmesi için ön koşul kültürdür. Dilsel aktarım, kültürel aktarımdan ayrı ele alınamaz. Bu nedenle çevirinin çerçevesini çizen temel unsur kültürdür. Dil ve kültür birbirine bağlıdır ve devingen bir ilişki içindedirler. Ancak dil ve kültür ilişkisi son derece karmaşık bir ilişkidir. Newmark’a (2010) göre kültür topluma özeldir ve bireyler kültürlerinin farklı yönlerini ifade edebilmek için dile gereksinim duymaktadırlar. Bir toplumun dili, o toplumun kültürünü yansıtırken aynı zamanda yansıttığı kültür nedeniyle meydana gelir. Kültür ve dil arasındaki ilişki çift yönlüdür. Kültür dil’den, dil de kültürden bağımsız düşünülemez. Dil ve kültür dünyaya dair algımızı ve deneyimlerimizi süzgeçten geçirir.

Farklı kültürlerin tanışması ve kültürlerarası iletişim çeviri eylemini gerektirir. Dil’in kullanımını içeren her türlü iletişimsel eylem kültürü ilgilendirir ve kültürler arası iletişimin sağlanabilmesi için çeviri en etkin araçtır. Sturge (2009, s. 67) için toplumların kendi sistemleri dışında farklı sistemlerin süzgeçlerinden geçen deneyimleri alımlamaları, yorumlamaları, seçmeleri ve düzenlemeleri kendiliğinden gelişen doğal bir süreç değildir. Farklı kültürlerin tanışması ve kültürlerarası iletişim çeviri eylemini

gerektirir. Dil'in kullanımını içeren her türlü iletişimsel eylem kültürü ilgilendirir ve kültürler arası iletişimin sağlanabilmesi için çeviri en etkin araçtır. Çeviriyi kültürel aktarım süreci olarak açıklayan Vermeer ve Reiss (1984, akt. Tosun, 2017) için çeviri, dilsel ve aynı zamanda kültürel bir olgudur; bilgi sunumunun özel bir türü olması nedeniyle her durumda kültüre özgü gerçekleşir. Farklı dillere, kültürlere ve tarihe sahip sayısız ülkenin toplumları çeviri sayesinde kültürlerini farklı kültürlere aktarmaktadır.

Kültürel aktarımda arabuluculuk görevi üstlenen çevirmen, original metni, farklı dil kültürüne mensup okur için yeniden yazmaktadır. Çünkü bir toplumun bireylerinin hayata bakışları ve hayatlarını yaşayışları kültürlerinin sonucudur ve ancak çeviri eylemi yoluyla farklı dil kültürleri tarafından algılanabilir. Durumların evrensel değil, kültürlere özgü olduğu düşünülecek olursa, çevirmenin, kaynak metni ve erek metni kendi kültürleri bağlamında ele alması gerektiği anlaşılabılır. Çevirmenin metinleri ait oldukları kültürler bağlamında değerlendirebilmesi için çok kültürlü olması ve her iki kültürü de iyi derecede bilmesi gereklidir. Vermeer ve Reiss (1984, akt. Tosun, 2017) bir olayın öneminin, türünün ya da derecesinin kültürden kültüre farklılık gösterebileceğini ve insanın nesnel gerçekliği algılamasının kendi biyolojik ve psikolojik yapısı nedeniyle pek de mümkün olmadığını ifade eder. Bu nedenle bireyin algısı kültüre özgü ve psikolojiktir. Yazılı göstergenin aktarımı, dil ve kültüre özgü yazıya dökülme koşullarına ve kültürel sezdirimlere bağlıdır. Belirli bir sisteme ait bir göstergenin aktarımında, aktarımın yapıldığı sistemin kültür ve koşulları dikkate alınmalıdır.

Newmark (2010) için çeviri, birinin kendi kültürünü başka birine anlatmasının en pratik yoludur. Öte yandan, etkin ve doğru çevirinin önündeki en büyük engel olarak kültürü ve kültürün dildeki yansımalarını işaret eder. Çeviri sadece verili dilde yazılmış bir metnin farklı bir dile aktarımıyla sınırlı kalmaz. Çeviri aynı zamanda yabancı düşünce yapılarının, dünya görüşlerinin, davranış biçimlerinin ve duygu dünyalarının bir kültürden diğer bir kültüre aktarımıdır. Çeviri eylemi metinler arası bir geçişten çok kültürler ve özneler arası bir geçişi yansıtmaktadır.

Çeviriyi kültürel bir eylem olarak gören Bachman-Medick, kültürel çeviri bağlamlarının son derece karmaşık olduğunu ifade eder ve çeviride kültürel aktarımın zorluğunun nedeni olarak yabancı düşünce formları, kültürel sembol türleri ve diğer sosyal kavramların çeviriye dahil edilmesini gösterir (Bachmann-Medick, 2010, akt. Arı, 2016, s. 30). Her eylem gibi çeviri eylemi de toplumsal ve tarihsel bir bağlam

çerçevesinde gerçekleşmektedir. Bu yönüyle çeviri, kültürel aktarımın gerçekleşmesini sağlayan kültürlerarası bir iletişim aracıdır. Farklı uluslardan gelen insanlar arasında iletişim sağlayan çeviri, farklı kültürlerin birbirlerini anlamalarına ve etkileşime girmelerine aracı olur. Farklı bir kültüre ait bir eylemin ya da metnin sadece tek bir bakış açısıyla değerlendirilmesi önyargılara neden olacaktır. Gadamer'in "ufukların kaynaşması" ilkesinden ilham alan Tosun (2013) için farklı kültürleri ve yaşam tarzlarını, önyargılarımız ve ufuklarımız nedeniyle anlamayız. Ancak kendi ufukumuzun başka bir kültürün ufkuyla kaynaşması neticesinde kültürler arası uzlaşma yaşanabilir. Önyargıları farklı bir bakış açısıyla değerlendiren Gadamer'e göre anlamayı başlatan önyargılardır (Tosun, 2013, s. 102-103). Bir metni tarihsel açıdan oynadığı role ilişkin bilgi sahibi olmadan anlamak imkansızdır.

Kültürlerin şekillenmesine yol açan kültürlerarası etkileşim çeviri sayesinde olur. Bu bağlamda çeviri kültür olarak değerlendirilebilir. Kültürü evrimleştiren çeviri eylemidir ve çeviri metinler aracılığıyla gerçekleştirilen kültürel aktarımdır. Munoz-Calvo (2010), bireylerin, toplumların ve ulusların kültürlerinin ve kimliklerinin oluşumunda çevirinin rolüne dikkat çeker:

"Translation plays an undeniable role in the shaping of cultures, of national identities, and, it is the vehicle that may make compatible the strengthening of our group identity and consequent knowledge of our own culture with the sharing and learning of other cultures: cultures and their texts becoming accessible and available to international audiences in their own language" (Munoz-Calvo, 2010, s. 5).

Kültür şekillendiricisi olarak çevirinin rolü, farklı kültürlerin birbirleri hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamakla sınırlı değildir. Aynı zamanda aracılık ettiği toplumlar arası kültürel paylaşım sayesinde toplumlar kendi kültürlerini daha yakından tanıma fırsatı bulurlar.

Her bireyin ait olduğu toplumun ortak değerleri, gelenekleri ve alışkanlıklarıyla biçimlenen kültürel bir kimliği vardır. Kültürel kimlikler bireyleri tanımlar. Başka bir deyişle bireyin kim olduğuna dair algısı içinde yaşadığı toplumunun kültürel referanslarından beslenir. Farklı kültürel kimliklere sahip bireyler aynı metni farklı cephelerden değerlendirir. Bu bağlamda erek metin okuru her zaman kaynak metin okurundan farklı olacaktır. Okurun kendi toplumunun dilsel ve kültürel normlarıyla

sınırlanması original metinle çeviri metin arasında kültürel farklılıklar yaratır. Kültürel farklılıklar, kültürler arası iletişimin bozulmasında en önemli etkenler arasında sayılabilir. Nida (1964, s. 130) için çevirmenin üstesinden gelmesi gereken en karmaşık mesele kültürlerarası farklılıklardır. Bu nedenle çeviri yaparken, iki dil arasındaki farkların yanısıra kültürel ve toplumsal farklar da ele alınmalıdır. Kültürlerin kendilerine görelilikleri çevirmenleri çeviri sürecinde düşündüren önemli bir konu olmuştur. Kuşkusuz bu durumun en önemli nedeni aynı kelimenin farklı kültürlerde farklı çağrışımlar yapmasıdır. Bassnett (2002, s. 27-28), küresel markaların bile farklı ülkelerde çeviri nedeniyle benzer çağrışımları uyandırmayacağından bahseder ve ‘butter’ sözcüğünü örnek verir. İngilizce’deki çağrışımı son derece yüksek kalite, parlak sarı renkli terayağ anlamına gelen ‘butter’ sözcüğünün İtalyanca’daki karşılığı olan ‘burro’ sözcüğü, İtalyanların sadece yemek yaparken kullandıkları, asla yüksek kalite çağrışımı yapmayan bir tür margarin anlamına gelmektedir. Sözcükler kendi özel kültürel bağlamlarında farklı anlamlara gelebilirler. Okurlar da bir metnin anlamını ancak kendi kültürleri çerçevesinde algılayabilirler. Bir metin ancak okurunun kültürüyle ilişkilendirildiğinde anlam ifade eder. Metnin erek kültürde işlevini yerine getirmesi için zorunlu olarak anlamda değişikliğe gidilmelidir. Bir metnin taşıdığı mesajlar yorumlanırken kültür ele alınması gereken konuların başındadır. Alımlayan, okuduğu metni kendi kültürüne ve deneyimine göre çözümleyeceği için çevirmenin kaynak metnin içeriğini ve niyetini kavramada alımlayana yardımcı olması beklenir. Bu nedenle çevirmen çeviri sürecinde hem kaynak kültürü hem de erek kültürü değerlendirmeye almalıdır. Çevirmenin kültürel bilgisi ve kültür algısı bu noktada kilit rol üstlenir. Mildred Larson (1984), çevirmenin kültürel bilgisinin ve farkındalığının önemini aşağıdaki sözleriyle vurgular:

“The receptor audience will decode the translation in terms of his own culture and experience, not in terms of the culture and experience of the author and audience of the original document. The translator then must help the receptor audience understand the content and intent of the source document by translating with both cultures in mind” (Larson, 1984, s. 95-96).

Kaynak kültür ve erek kültür benzerlikler gösterdiğinde çeviri süreci görece sıkıntısız yaşanabilir. Benzer kültürlerde kültürel referanslar ortak ya da birbirine eşdeğer sözcüklerle ifade olunabilir; kültürel sembollerle ilişkilendirilen kavramlar iki kültürde de tanıdık çağrışımlar yapabilir (Larson 1984, s. 436-437). Kültür çiftinin birbirinden çok

farklı olduğu durumlarda ise çeviri dikkatle ele alınması gereken daha karmaşık bir sürece dönüşür. Bu nokta da en zorlu mücadele erek dilde uygun sözcüklerin bulunmasıdır. Farklı ya da birbirine uzak kültürlerin alışkanlıkları, kurumları, yaşama biçimleri ve dünya görüşleri aynı değildir. Bu nedenle kaynak metin okuruna anlam ifade eden kültüre özgü ifadeler erek metin okuru için, kaynak kültürün geleneklerine yabancı olması nedeniyle anlam ifade etmeyecektir. De Pedro (1999), çevirinin, kültürler arasındaki mesafenin ya da boşluğun aşılması için kurulan bir köprü vazifesi üstlendiğini belirtir çevirinin iki taraflı doğasına dikkat çeker:

“Interlingual translation involves not only the conversion of the linguistic component of the source text into the target language, but also a transference from the source culture to the target culture. The main task literary translators have to face is that of bringing distant or unknown cultures closer to audiences all over the world. As a rule, the bigger the cultural gap to be bridged, the more difficult the translation process will become” (De Pedro, 1999, s. 321).

Dil, kültür ve çeviri ilişkisi kendiliğinden var olan dinamik bir ilişkidir. Bireyin ve toplumların hayat algılarını şekillendiren temel etken olarak kültür, dil ve çeviri aracılığıyla ifade bulur ve aktarılır. Bu bağlamda çeviri eylemi kültürel bir eylemdir. Kültürel çeviri özünde çeviriye ilişkin bakış açısını yansıtan bir üst kavramdır. Kültürel çeviride çevirmenin rolü büyük önem taşımaktadır. Kültüre özgü unsurlar nedeniyle metinde ortaya çıkan kültürel farklılıkların ortadan kaldırılabilmesi çevirmenin görüşüne ve yaklaşımına bağlıdır. Kültürel çeviri, bir toplumun sosyal ve kültürel hayatını ya da bir kısmını başka kültürlerin toplumlarına tanıtan bir araç vazifesi üstlenmektedir. Bu bağlamda Jones (2009, s. 157) için çevirmen bir tür kültürel ateşedir; kaynak yazarın ve kaynak kültürün çıkarlarını en iyi şekilde temsil ederken, kurduğu kültürel köprü sayesinde kültürler arası boşlukları doldurur ve böylece kültür toplumlarının yakınlaşmasına hizmet eder. Kültürel çeviri, çevirmenin uzmanlığını ve yaratıcılığını gerektiren zorlu bir iştir.

Turizmin en önemli iletişim aracı olan turizm metinleri kültüre özgü unsurların yoğun bir şekilde yer aldığı özel metinlerdir. Turizmin hizmetine sunulan turistik destinasyonlar bir ülkenin en önemli kültürel objelerinin görülebileceği ve deneyimlenebileceği yerlerdir. Tarihi ve coğrafyası bir ülkenin kültürüne etki eden en önemli unsurlardandır. Dil kültürleri arasında arabuluculuk görevi üstlenen turizm metinleri, potansiyel turisti

harekete geçmeye ve tanıtımı yapılan destinasyonu ziyaret etmeye özendirmek maksadıyla kolay okunabilen, anlaşılır ve çekici metinler olmalı ve erek metinde kaynak kültürün referanslarını muhafaza etmelidir. İşlevsel turizm çevirisinin öncül koşulu çevirmenin kültürel unsurları ve diller arasındaki asimetriyi farkında olmasıdır. Çünkü turizm kültürlerarası iletişimde aracı kullanmadığı için turizm dili, turist ile seyahat ettiği yer ve o yerin kültürü arasında doğrudan bağ kurulmasına neden olur.

Kültüre özgü unsurların arkasında daima verili dil toplumuna özel kültürel bir bağlam bulunmaktadır. Bu nedenle kültüre özgü unsurlar çeviri sürecinde çevirmenin baş etmesi gereken bir çeviri sorunu olarak değerlendirebilir. Kültürel unsurların çevirisi üzerine yapılan araştırmaların ortak noktası, kültüre özgü unsurların kaynak kültürden kaynaklandığı yönündedir. Hangi sözcüklerin ya da ifadelerin kültüre özgü kabul edileceğine karar vermek ise her zaman kolay değildir. Kaynak kültüre ait bu sözcüklere çeviribilimde 'realia', 'kültüre özgü sözcükler' ya da 'kültüre bağlı sözcükler' denilmektedir. Latince'den gelen 'realia' sözcüğü 'gerçek şeyler' anlamına gelmekte ve maddi kültüre ait nesnelere işaret etmektedir (Terestyényi, 2011). Çeviribilimde ise 'realia' sözcüğü sadece maddi dünyaya ait nesneleri değil özel bir kültürle ilgili kavramları da kapsamaktadır. Akademisyenler ne tür sözcüklerin kültüre özgü unsurlar olarak ele alınması gerektiğini değerlendirmiş ve çeşitli sınıflandırmalar ileri sürülmüştür. Vlahov (akt. Terestyényi, 2011) 1980 yılında kültüre özgü unsurları beş farklı gruba ayırmıştır:

1) Belli bir coğrafya'ya ait doğal bitki örtüsü, doğal yaşam, bölgeye has coğrafi oluşumlar ya da insan yapımı yapay coğrafi nesneleri kapsayan coğrafi kültüre özgü unsurlar.

2) Yiyecekleri, içecekleri, giysileri, mobilyaları, saksıları, evleri, araçları, meslekleri ve aletleri içeren etnografik kültüre özgü unsurlar.

3) Müzik, dans, müzik aletleri, festivaller, oyunlar, adetler ve karakterleri içeren sanat ve kültüre dair kültürel unsurlar.

4) Özel ya da takma isimler yani etnik içerikli kültüre özgü unsurlar.

5) Yönetimsel-bölgesel birimler, ofisler, temsilciler, çeşitli rütbeler, askeri eşyaları tanımlayan sosyo-politik kültüre özgü unsurlar.

Bu gruplandırmadan da anlaşılacağı üzere kültüre özgü unsurlar çok çeşitlidir ve sadece nesneleri değil, bir toplumun paylaştığı inançları, tavırları, değerleri ve kuralları

da kapsamaktadır. Kaynak dil kültürünü farklı bir dil kültürünün okuruna aktarabilmek için çevirmenin iki kültürü de yakından tanıması ve herşeyden önce kaynak kültüre özgü unsurların erek kültürde anlam ifade edecek karşılıklarını bulması gerekmektedir.

Kültürü yaşam biçimi olarak ifade eden Newmark'a (1988) göre her dil grubunun kaçınılmaz şekilde kendine özgü kültürel unsurları bulunmaktadır. Özel bir dile ait olmaları nedeniyle kültüre özgü unsurların tespit edilmesi zor değildir. Ancak kültüre özgü unsurların ya da Newmark'ın deyimiyle kültürel sözcüklerin (cultural words) tam olarak çevrilmesi hiçbir zaman mümkün olamaz (s. 95) ve bu nedenle kültüre özgü sözcükler çevirmenin baş etmesi gereken en zorlu çeviri sorunlarından birisi olarak kabul edilebilir. Newmark'ın ifadesiyle çevirmeni "kaynak ve erek diller arasındaki kültürel boşluk ya da mesafeden kaynaklanan çeviri sorunları" ile yüzleşmek zorunda bırakır (s. 94). Kültürel sözcüklerin sınıflandırması üzerine çalışan Newmark, kültürel unsurları önce beş ve 2010 yılında yayınlanan "Translation and Culture" isimli çalışmasında altı madde olarak gruplandırır (s. 175 ve 224):

- 1) Bitki örtüsü, doğal yaşam, tepeler, rüzgarlar ve ovalar gibi jeolojik ve coğrafi çevreyi kapsayan çevresel unsurlar.
- 2) Politik, idari, dini ve sanatsal organizasyonlar, etkinlikler ve uygulamaları içeren kamu hayatına özgü unsurlar.
- 3) Ekonomi, meslekler, toplumsal refah, sağlık ve eğlence kültürüyle ilgili sosyal kültüre özgü unsurlar.
- 4) Maddi kültür olarak adlandırılan yiyecek, içecek, giysiler, evler, kasabalar ve ulaşım gibi kişisel yaşamı ifade etmek için kullanılan sözcükler.
- 5) Gelenekler, görenekler ve sosyal etkinlikler.
- 6) Kişisel merak ve tutkular.

Newmark kitabında kültürel unsurların çevirisinde değerlendirilecek kültürel eşdeğerini kullanma, işlevsel çeviri, çıkarma, yerileştirme, çift mısra kullanma, uyarlama gibi stratejilere de yer vermiştir. Bu çalışmanın ilerleyen bölümlerinde turizm çevirilerinde kullanılan çeviri stratejileri ayrıca ele alınacaktır.

Baker'a (1992) göre, kaynak dile ait bir kavram ister soyut ister somut olsun, erek kültürde bilinmeyebilir. Dini inançlara ya da ritüellere, geleneklere ilişkin bir kavram, hatta yerel bir çiçek isminin bile erek kültüre yabancı olması çok muhtemeldir.

Klaudy (1997, akt. Terestyényi, 2011) için realia, verili dil toplumuna has nesneleri, fikirleri, sembolleri ve çoğu yeme-içmeyle ilgili olan alışkanlıkları simgeler ve bu nesneleri ya da kavramları isimlendirir. Realia, festivalleri, tarihi olayları, isimleri ve ünvanları içeren çok geniş bir kavramdır. Kültüre özgü unsurlar, eğitim, tarih, sanat, kurumlar, yasal sistemler, ölçü birimleri, yer isimleri, yiyecek ve içecekler, spor ve ulusal bayramlar gibi hayatın çok farklı yönlerini çağırıştırır. Kültüre özgü unsurlar belirli bir dil toplumunun kültürel bağlamından kaynaklanır ve ancak iki dil arasında bağıntı kurulduğu takdirde erek okur için anlam ifade eder.

Araştırmalar kültüre özgü unsurları farklı yönleriyle ele almıştır. Leppihalme (1997, s. 326), kültüre özgü unsurlar için kültüre bağlı unsurlar ya da kültüre bağlı kavramlar ifadesini kullanarak kültür farklarından kaynaklanan iletişim sorunlarına dikkat çeker. Kültüre bağlı iletişim sorunlarının çözümü için çevirmenin kültürel bilgisini ve yaratıcılığını devreye sokması gerekir. Pedersen (2005, s. 1) bu kritik karar anlarını kriz anlarına benzetir. Çevirmen, kültürel referanslardan kaynaklanan böylesi kriz anlarında, aldığı dinamik kararlar yardımıyla karşılaştığı çeviri sorununun üstesinden gelir. Pedersen (2008, s. 102), kültüre bağlı unsurları, diliçi ve dildışı olmak üzere ikiye ayırır. Diliçi kültüre bağlı referanslar, deyimleri, atasözlerini, lehçeleri ve argo ifadeleri kapsarken, dildışı kültüre bağlı unsurlar dilden bağımsız, hedef kültürün ansiklopedik bilgi dağarcığında varolan ve bu nedenle hedef dilde tanımlanabilen nesneleri ve kavramları içerir. İnsan isimleri, yerler, kurumlar, yiyecekler ve adetler dildışı kültüre bağlı unsurlardır.

Kültüre özgü unsurlar, kaynak kültüre tanıdık gelen, fakat erek kültür okuru tarafından bilinmesi imkansız nesnelere ve sistemlere ilişkin ifadelerdir. İşaret ettikleri unsurlar erek kültürde bilinmediği için kültüre özgü unsurlar dikkatle ele alınmayı gerektiren ciddi bir çeviri sorunudur. Axiela kültüre özgü unsurları özel isimler ve ortak ifadeler olarak açıklar (Aixela, 1996, s. 59). Özel isimler, özel bir anlamı olmayan geleneksel isimler ya da tarihi, edebi ve kültürel nedenlerden dolayı belirli anlamların yüklendiği gerçek ya da gerçek dışı sözcükler ve takma isimlerdir. Ortak ifadeler ise her kültürün kendine has nesneler dünyasını, kurumları, alışkanlıkları ve fikirleri içerir.

Kültüre özgü unsurların çevirisi eşdeğerlik konusunu gündeme getirir. Bir sözcüğün anlamı farklı bileşenler içerir. Anlam, gönderimsel anlama ve verili dilin sözcük sisteminde bulunan diğer sözcüklerle ilişkisine bağlıdır. Kültürel sözcük, farklı duygusal,

çağrısımsal anlamlar içerebilir ve dildışı bilgi yüklü olması çok muhtemeldir. İki farklı dilin sözcükleri arasında tam bir eşdeğerlik yakalamak, sözcüksel unsurlarının bir şekilde birbirinden farklı olması nedeniyle mümkün değildir (Heltai, 2007, akt. Terestyényi, 2011). Kaynak metin ile erek metin arasında ancak gönderimsel açıdan bir eşdeğerlik kurulabilir. Çünkü iki farklı dilde aynı gerçekliğe işaret eden sözcükler bulmak mümkündür ve gerçekliğin ifade bulması benzer şekillerde ortaya çıkabilir. Öte yandan toplum yapısı ve nitelikleri ile maddi ve entellektüel kültür her ulus için farklıdır. Bu nedenle, kültürü ilgilendiren bir sözcük diğer dilde var olmayabilir. Bir toplum için önemli olan diğer toplum için önemli olmayabilir. Bir kültürde önemleri nedeniyle isimleştirilmiş unsurlar, başka bir kültürde var olsa da sözcük boyutuna varmamış olabilir. İnançlara, gelenek ve göreneklere, sosyal adetlere, tarihi olaylara, sembollere gönderme yapan kelimeler söz konusu olduğunda kaynak ve erek dilde büyük benzerlik gösteren sözcüklere rastlansa da, dillerin kavram sistemlerinin farklı olması nedeniyle tam bir eşdeğerlik sağlamak mümkün değildir.

Çeviride kültüre özgü unsurların nasıl ele alınacağı üzerine yapılan değerlendirmeler kültürel çevirinin iki temel amacına dikkat çeker. Kültürel çeviri kaynak metnin özelliklerini korurken erek dil okuru için anlam ifade eden ve kolay okunabilen yeni bir metin olma özelliği taşımalıdır. Çevirmen için birbiriyle çelişen bu iki amacı aynı anda gerçekleştirmek büyük bir zorluk teşkil eder.

Çevirmenin rolü, bir dilden diğerine iletiyi, anlamı ve kültürel unsurları aktarmak ve erek okurda kaynak okurunkine eşdeğer bir tepki yaratmaktır. Kaynak dil ve erek dil arasındaki dilsel ve kültürel farkların eşit derecede önemli olduğunu vurgulayan Nida'ya (1964, s. 13) göre iki dil arasındaki kültürel farklar, dilsel yapı farklılıklarına oranla çok daha ciddi çeviri sorunlarına neden olabilmektedir. Bu bağlamda kültürel çeviri sürecinde, kültüre özgü unsurların neden olduğu kriz anlarını atlatabilmek için çevirmenin benimseyeceği çeviri yaklaşımı ve başvuracağı çeviri stratejileri ayrı bir önem taşımaktadır. Turizm çevirilerinde etkin bir biçimde kültürel aktarım gerçekleştirmek için başvurulan çeviri stratejileri aşağıdaki bölümde ele alınacaktır.

1.2.4. Turizm Çevirisi ve Çeviri Stratejileri

Kültüre özgü ifadelerin yer aldığı turizm metnlerinin çevirisi, kaynak kültür ve değerleriyle ilgili olması nedeniyle kolay değildir ve çevirmenin uzmanlığını gerektirir. Çevirmenler kültürler arası iletişimi etkin bir şekilde sağlayabilmek adına çeviri sürecinde uygun çeviri stratejilerini devreye sokmalıdır. Çeviri sürecinde bir metnin anlamsal, işlevsel ve edimsel; genel ve ayrıntılı yapılarına dayalı sorunlar ortaya çıkabilir. Bu sorunlar bir metnin sözcüksel, söz dizimsel ya da biçimsel bakış açıları boyutunu ve kültüre özgü unsurların aktarımını ilgilendirmektedir. Çevirmen çeviri sorunlarının üstesinden gelmek için iş yeteneğini devreye sokarak, metne özgü değerlendirme ölçütlerine dayanarak kendi çözüm yöntemlerini geliştirmek zorundadır (Wilss, 1988, akt. Tosun, 2017). Özellikle kaynak kültüre özgü bir unsur erek kültürde yer almıyorsa ki bu çok sık rastlanan doğal bir durumdur, çeviri stratejileri ve çevirmen yaklaşımı özellikle önem kazanır.

Çeviri sorunları makro ve mikro olmak üzere iki farklı düzeyde değerlendirilir. Makro bağlamdaki sorun çözümü için çevirmen genel bir plana gereksinim duyar. Bu plan çevrilecek metnin genel yapısına yöneliktir ve bu stratejiler yardımıyla erek okurun metinden rastgele bir anlam çıkarma olasılığı bertaraf edilir. Yani çevirmen ilgili metinde içeriksel olarak neden söz edildiği, kendisi için hangi bildirişim amacının temel olduğu ve erek metnin hangi okur kitlesi için belirlendiği konusunda karara varmalıdır. Makro stratejiler kuramsaldır ve çevirinin bütünselliğini yansıtan stratejilerdir. Kuram dışı mikro stratejiler ise makro stratejinin emrinde yol alır. Mikro stratejiler bireyseldir ve kuram dışıdır ve sınırsız bir geçerlilik taşımaktadır (Hönig, 1995, akt. Tosun, 2017, s. 289). Çeviride mutlak doğru kurallar ve düzenlilik yoktur; çevirinin amacı bağlamında duruma uygunluk vardır. Hönig'in kontrol edilebilir (makro) ve kontrol edilemeyen (mikro) olarak ifade ettiği alanlar birbirinden soyutlanamaz ve içiçedir (Tosun, 2017). Son yıllarda kültürel aktarımda kültüre özgü unsurların çevirisi için uygun çeviri stratejileri kullanımı ve özellikle farklı mikro stratejiler çeviribilimin üzerinde durduğu bir konu olarak önem kazanmış ve akademisyenler tarafından çeşitli çeviri stratejileri önerilmiştir.

Makro düzeyde kaynak dil odaklı ve erek dil odaklı olmak üzere iki temel çeviri yaklaşımından söz edilebilir. Tüm çevirileri imkansız bir göreve benzeten Humboldt'un, çevirmenin ya kaynak dilin tadından ya da erek dilin tadından vazgeçmek zorunda olduğu

yaklaşımının devamını Schleiermacher'ın çeviri anlayışında görebiliriz. Humboldt için kaynak metnin ruhunun çeviride görünür olması beklenir. Humboldt'un düşüncelerinden hareket eden Schleiermacher ise metin türlerine göre farklı çeviri yöntemleri sunarak bakış açısını genişletir. Schleiermacher (akt. Lefevere, 1992, s. 149) için çevirmenin önünde, okuyucuyu yazara yaklaştırmak ya da yazarı okura yaklaştırmak olarak açıkladığı iki yol bulunmaktadır. *Yerlileştirme* ve *yabancılaştırma* olarak açıklanan bu iki yaklaşımı kültürel açıdan ele alan Venuti (1995), çeviri sürecinde 'yerlileştirme' (domestication) ve 'yabancılaştırma' (foreignization) makro stratejilerini çevirmenin *görünürlüğü* ya da *görünmezliği* kavramlarıyla ilişkilendirir.

Venuti (1995), *The Translator's Invisibility: A History of Translation* adlı kitabında çevirmen ve çeviri arasındaki ilişkiyi 'görünebilirlik' ve 'görünmezlik' (visibility & invisibility) kavramlarıyla açıklar. Çevirmenin görünmezliği sık karşılaşılan bir durum olarak göze çarpar. Çevirmenin görünmezliği, temelinde akıcı ve kolay okunabilen metinler üretmek için uygulanan çeviri stratejilerine ve erek kültürün çeviri hakkındaki beklentilere bağlıdır. Çevirmenlerin farklılıkları gözetmeyen, erek okurların beklentilerine cevap veren çeviri stratejileri sadece erek okurun çeviri metinleri kendi kültüründe üretilmiş metin gibi okumasını sağlamakla kalmaz, aynı zamanda bir 'saydamlık illüzyonu' nu da beraberinde getirir (Venuti, 1995, s. 1). Eleştiri ya da tanıtım yazılarında çevirmenlere fazlaca yer verilmemesi çevirmenin görünmezliğine hizmet ederken okurun zihninde çeviri metnin aslında bir çeviri olmadığı; özgün bir metin olduğu duygusunu uyandırır. Böylelikle çevirmen de çeviri metin de görünmez hale gelir. Venuti'nin görüşüne göre görünmezlik unsuru bu iki çeviri stratejisi ile ilişkilendirilir. Yerlileştirme, yabancı kültür değerlerinin erek kültür sisteminde asimile olmasına; yabancılaştırma stratejisi ise diğer kültürlerin yabancılığının erek kültür sisteminde yansıtılmasına hizmet eder. Yerlileştirmede kaynak metnin yabancılığı fark edilmez. Bu sayede çeviri metin erek dil okuru tarafından yadırganmaz. Çevirinin amacının, kültürel bir ötekinin aynı, fark edilebilir, hatta alışılmış olarak akla getirilmesi, her zaman çevirisi yapılacak metnin yerlileştirmeye maruz kalmasıyla sonuçlanır (Venuti, 1995, s. 18). Çevirmenin yerlileştirme stratejisini benimsemesinde etken olan unsurlar arasında çevirmenin yaşadığı dönemin siyasi ve kültürel gerçekleri ya da erek kültürdeki çeviri geleneğinin sürdürülme arzusu yer alabilir. Bu strateji doğrultusunda çeviri sürecinde

farklı görünen kültüre özgü unsurları çevirirken çevirmenin işine yarayacak mikro stratejiler devreye girer.

Yerlileştirmeyi Venuti'ye benzer bir yaklaşımla ele alan Shuttleworth ve Cowie (1999), yerlileştirme stratejisini açıklarken, atılacak adımlara dair bilgi verirler. Şöyle ki:

“Domestication involves such steps as...the conscious adaptation of fluent, natural sounding TL style, the adaptation of TT to conform to target discourse types, the interpolation of explanatory material, the removal of SL relia and the general harmonization of TT with TL preconceptions and preferences” (s. 44).

Çevirmenin akıcı ve kulağa doğal gelen bir erek dil doğrultusunda karar vermesi ve erek söylem tarzına uyumlanması amacıyla erek metnin uyarlanması, yerlileştirmenin iki temel unsurudur. Yerlileştirme sürecinde, metne sözcük ya da cümle ekleyerek metni değiştirme (interpolation), kaynak dile ait kültürel referansların yer değiştirmesi ve erek metnin erek dilin yerleşmiş fikirleriyle dengeli olması, yerlileştirme yönteminin uygulama adımları olarak kabul edilir (Shuttleworth ve Cowie, 1999). Yerlileştirme, erek metni okunur kılmak için kaynak kültürün yabancılığının bütün izlerini ortadan kaldırır. Bir diğer şekilde ifade edilecek olursa yerlileştirme stratejisi özellikle kültüre özgü unsurların erek dil kültüründe erek dil normlarına uygun kültürel ve işlevsel eşdeğerlerinin bulunmasıdır. Yabancılaştırmada ise kültüre özgü unsurların uyarlanması söz konusu değildir. Aksine kültürel unsurlar erek metin tarafından ödünç alınır ya da doğrudan aktarılır.

Yabancılaştırma stratejisi kaynak metin unsurlarını garip, yabancı, egzotik bir etki yaratma pahasına mümkün olduğunca muhafaza etmeyi öngören kaynak odaklı bir çeviri stratejisidir. Yerlileştirme, yazarı okura; yabancılaştırma stratejisi ise okuru yazara götürür. Erek dil okuru çeviri metni okuduğunda şaşırır, düşünür ve sorgular. Yabancılaştırma stratejisinde okur, metnin yabancı bir kültür sisteminden geldiğini kolaylıkla anlar. Metnin okurda yadırgatıcı bir etki yaratmasına özellikle izin verilir. Yabancılaştırma, sözcüğü sözcüğüne çeviri yapmakla sınırlı değildir; yazar erek kültürün dışladığı bir metni seçebilir ya da çevirirken erek okura aykırı gelebilecek ifadeler kullanabilir. Venuti yabancılaştırma stratejisini erek kültürde ‘direnc’ olarak adlandırır (akt. Munday, 2010, s. 145). Akıcı olmayan ve erek okur için yabancı olan metinler, erek kültürde direnc oluşturarak ifade bulabilirler. Shuttleworth ve Cowie (1999), erek okuru

metne yabancılaştıran unsurun kaynak kültüre özgü referansların erek metinde muhafaza edilmesi olduğunu aşağıdaki sözleriyle ifade eder:

“Foreignization is the type of translation in which a TT is produced which deliberately breaks target conventions by retaining something of the foreignness of the original. ...in concrete terms such a strategy would entail not only a freedom from absolute obedience to target linguistic and textual constraints, but also where appropriate the selection of a nonfluent, opaque style and the deliberate inclusion of SL relia (culture bound references) ... to provide TL readers with an ‘alien reading experience” (s. 59).

Yabancılaştırma sayesinde okur, çeviri bir metin okuduğunu farkına varır. Kaynak metin unsurları erek metne aynen aktarılır; mümkünse hiç uyarlama yapılmaz ve bu nedenle kültürler arasındaki yabancılık duygusu metin boyunca hissedilir. Metin okura yabancı bir kültüre ait olduğunu her zaman hatırlatır. Yabancılaştırmanın aksine yerlileştirmede, metin kaynak dilde yazılmış olduğu duygusuyla okunur; metni okumak kolaydır ve metindeki yabancı unsurların kullanımı en düşük düzeydedir.

Yerlileştirme, çeviri metinlerin, erek kültürün, ekonominin, siyasetin amaçlarına ve var olan değerlerin sürdürülmesine hizmet ederken, yabancılaştırma erek okuru yabancı kültürlerle göndererek alışkanlıkları bozar ve erek okurun çeviri geleneğini sarsar (Taş, 2017). Yabancılaştırma, kaynak metnin dilsel ve kültürel özelliklerini korumayı amaçlayan çevirmenlerin öne çıkardığı çeviri stratejisidir. Bu sayede okurların farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmaları sağlanır (Sujarwanto, 2014, s. 32). Aynı zamanda bir kültürün diğer kültürlerde temsiline ve belli kavramların farklı kültürlerde tanınırlığına aracı olabilir.

Çevirmen kültürler arasındaki farklılıkların neden olacağı zorlukları ne kadar farkındaysa o kadar başarılı turizm çevirileri yapabilir. Kültüre ait bilgilerle yüklü turizm metinlerinin çevirisi diğer çeviri biçimlerinden farklıdır. Turizm metinlerinde verilen tarihi bilgilerin yabancı turiste ya da ziyaretçiye aktarılması gerektiği gerçeği göz önüne alındığında turizm çevirisi yapmanın ne kadar çetrefilli bir iş olduğu daha iyi anlaşılır. Yerlileştirme, okurun farklı kültür için üretilmiş bir metinde kendi kültürünü daha yakından tanımasına imkan tanıyan bir uygulama iken (Venuti, 1995), yabancılaştırma, bir ulusun tarihini ve kültürünün özünü muhafaza etmek suretiyle tanıtmak ve yaymak amacıyla düzenlenen turizm metinlerinde uygulanan bir yöntemdir. Ancak

yabancılaştırma yöntemine başvurulduğunda hedef kültürün baskın kültürel değerlerinin göz ardı edilmesi nedeniyle yabancı turistin çeviri metindeki içeriksel anlamı algılaması kolay değildir; hatta bazı durumlarda imkansızdır (Wilson & Sperber, 1986).

Kültürel çeviride hangi yaklaşımın benimseneceği kararı farklı unsurlara bağlıdır. Erek kültürün özellikleri, okurun tercihi, işverenin ya da yayınevinin ideolojisi kararı yönlendiren etkiler arasında sayılabilir. Ancak turizm çevirilerinde kültürel aktarımın en önemli kriter olduğu düşünülecek olursa yerileştirme ya da yabancılaştırma yöntemleri tek başına işlevsellik açısından yeterli olmayacaktır (Zhang, Lv, & Feng, 2013). Bu bağlamda çevirmenin bu iki temel strateji çerçevesinde farklı yöntemlere ve mikro stratejilere başvurması gerekmektedir.

Çeviri sosyal bir fenomen, kültürel bir uygulamadır. Kùltürler arasındaki farkların neden olduğu sorunları çözmek, dilsel yapılar arasındaki farklardan kaynaklanan sorunları çözmekten daha güçtür. Başarılı turizm çevirileri, orijinal turizm metninin iletişimsel niyetini yabancı kültürden gelen okur için anlaşılır kılmak amacıyla, erek metinde benzer ya da aynı içeriksel etkiyi yaratan metinlerdir. Bu bağlamda turizm metinlerinin çeşitliliği çevirmenin her turizm metnini benzer şekilde ya da aynı yöntemlerle çeviremeyeceği anlamına gelmektedir. Enformasyon ofisleri, tur operatörleri, istihdam sağlayan kurumlar, restoranlar ve çeşitli konularda tanıtım metinleri hazırlayan yayınevleri, turizm bakanlığı, il müdürlükleri vb. yerler tanıtım ve reklam amacıyla turizm metinleri üreten özel ya da kamusal kurumlardır. Böylesine geniş bir çatı altında buluşan çok çeşitli turizm metinlerini ele alırken iki temel unsur öne çıkmaktadır (Calvi, 2000, akt. Agorni, 2016): Coğrafya, ekonomi, pazarlama, tarih, psikoloji gibi turizm sektörünü oluşturan çeşitli alanlara karşılık gelecek heterojen ve tematik unsur ve kesin bir şekilde durum bağlamıyla alakalı iletişimsel unsur. Diğer bir deyişle anlatılması gerekenler ve metnin arka planında anlatılmak istenenler. İletişimsel bağlam metinde benimsenen bilgilendirici ya da ikna edici makro-işlevlerin gözetilmesi suretiyle sağlanabilir. Ancak tematik unsurlar çok çeşitli olmaları nedeniyle kùltürler arası iletişim gözetilerek farklı şekillerde ele alınmalıdır. Kùltüre özgü unsurların mevcudiyetinin ağırlığı turistik destinasyonun egzotikliğini ve bu nedenle çekiciliğini arttıracaktır. Ancak bu noktada kültürel çeviriye uygun mikro stratejilerden yararlanarak söz konusu tematik unsurların turist tarafından, metnin kaynak okurda yarattığı etkiye denk bir etkiyle alımlanmasını sağlamak gerekir (Agorni, 2016). Çeviribilim

akademisyenleri tarafından farklı sözcüklerle² ifade edilen kültüre özgü unsurların çevirisi için çeşitli mikro strateji önerileri getirilmiştir.

Turizm metinlerinde uygun görülen yerlerde gerekli açıklamaların yapıldığı ‘açıklamalı çeviri’ (gloss translation), kültürel aktarımda yerlileştirme ve yabancılaştırmaya paralel olarak başvurulabilecek etkin yöntemlerden biridir. Açıklamalı çeviri, okuyucunun kaynak kültür bağlamındaki bir bireyle mümkün olduğunca özdeşleşmesine imkan tanırken, kaynak kültürün adetlerinin, davranış biçimlerinin ve hayat görüşünün erek kültürde anlam ifade etmesine ve algılanmasına imkan tanır (Venuti, 2000). Gerekli olduğu düşünülen açıklamaların yoğunluğu farklılıklar gösterebilir. Bazen tek bir kelime parantez içi ya da dipnot şeklinde açıklanabileceği gibi kültürel unsurların yoğunluğuna bağlı olarak bütünsel metin açıklamaları yardımıyla da çeviri yapılabilir. Çeviri metinlerin hedef içeriğinin en üst düzeyde erek okurla ilişkilendirilebilmesi çevirmenin elindedir. Erek metin bağlamının istenen etkiyi yaratması kendiliğinden gerçekleşmez. İstenen etkinin yaratılması için çevirmenin ciddi anlamda düşünce gücünü ve yaratıcılığını devreye sokması gerekmektedir. Kaynak dildeki bir sözcüğün erek dile olduğu gibi birebir aktarımını ifade eden ‘ödüncleme’, kültürel unsurların aktarımında sık kullanılan bir yöntemdir. Ödüncleme yöntemine ek olarak parantez içinde erek dildeki karşılıklarının da düz anlam çevirisi veya kültürel çeviri (açıklama/kültürel aktarım) olarak açıklanmış biçimi de verilebilir. Söz konusu parantez içi düz çeviri/kültürel aktarım seçenekleri işaret etme (denotation) işlevini görerek birebir o objeye ya da yere zihnimizde yer açmamızı kolaylaştırır. Metni anlaşılır kılmak, çevirmenin; okuduğu metni ait olduğu kültürün tarihi ve kültürel geçmişi ile ilişkilendirmek okuyucunun sorumluluğudur. Metin içi açıklamalar, çevirmenin erek okura farklı ulusların ve toplumların sosyo-kültürel geçmişini anlamada fazladan bilgi vermek suretiyle çeviriye olumlu anlamda müdahale eden bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Çeviribilimde kültüre özgü unsurlardan kaynaklanan çeviri sorunlarına yönelik çeşitli yöntem önerileri ileri sürülmüştür. Baker (1992) kültüre özgü unsurların çevirisinde sekiz farklı yöntem önerisi getirir:

- 1) Daha genel bir sözcük kullanarak yapılan çeviri.
- 2) Daha tarafsız sözcükler kullanarak yapılan çeviri.

² Cultural words (Newmark, 1988), cultural specific concepts (Baker, 1992; Franco, 1996), realia (Florin, 1993), culturemes (Nord, 1997; Katan, 2009), culture bumps (Leppihalme, 1997), extralinguistic cultural references (Pedersen, 2008).

- 3) Kültürel ikame / kültürel karşılığını kullanarak yapılan çeviri.
- 4) Ödünç kelime kullanarak veya ödünç kelime ve açıklamasını ekleyerek yapılan çeviri.
- 5) İlgili kelimeler kullanarak yorumlama.
- 6) İlgili olmayan kelimeleri kullanarak yorumlama.
- 7) Çıkarma (omission).
- 8) İlustrasyon.

Davies ise (2003) Tablo 1.3 ‘de görüleceği üzere kültürel unsurların çevirisinde yararlanılacak yedi farklı mikro stratejiye dikkat çeker:

Tablo 1.3 Mikro stratejiler (Davies, 2003).

Muhafaza etme/Doğrudan aktarım	Kaynak metne ait bir unsuru biçim ya da anlam olarak erek metinde muhafaza etmek
Ekleme	Kaynak metne ait bir unsuru ek bilgi vermek suretiyle erek metinde muhafaza etmek
Çıkarma	Kaynak metne ait unsuru erek metinden çıkarmak
Genelleme	Kaynak metin unsurunu erek metinde daha genel bir ifade kullanarak vermek
Yerileştirme	Kaynak metin unsurunu erek kültüre uyarlamak
Dönüştürme	Kaynak metni kendi kültürel çağrışımının dışına çıkacak şekilde değiştirmek
Yaratım	Kaynak metinde olmayan bir erek metin unsuru üretmek

Davies’in (2003) “Muhafaza etme/koruma” olarak adlandırdığı strateji, Baker’ın (1992) listesinde “doğrudan aktarım/ödünçleme ve açıklamalı ekleme” stratejisine karşılık gelmektedir. Davies’in “Genelleme” olarak isimlendirdiği strateji, Baker’da “daha genel bir sözcük kullanmak suretiyle karşılığını verme” olarak tanımlanmıştır. ‘Çıkarma’ ve ‘Yerileştirme’ ya da ‘Kültürel ikame’ her iki yazarın da önerdiği yöntemler arasındadır. Tablo 1.3’den de anlaşılacağı üzere Davies’in stratejilerinden bazıları kaynak metne, bazıları da erek metne yakın durmaktadır. Diğer bir deyişle, stratejilerden bazıları kaynak metin unsurunun yabancılığını ve ötekiliğini yansıtmak amacı güderken, diğerleri kaynak kültürde kaynak metnin geçerliliğine ve kabul edilebilirliğine önem vermektedir. Davies, çeviri sürecinde hangi çeviri stratejisinin ağırlıklı olarak kullanılacağını kararını etkileyen farklı unsurlardan bahseder. Hedef okurun kimliği, metnin içeriği ya da dönemin çeviri geleneği çevirmenin çeviri stratejisi tercihinde etki eden unsurlardandır

(Davies, 2003, s. 69). Davies'in stratejileri yabancılaştırma ve yerlileştirme kutupları arasında kaynak metne yakınlık açısından farklı konumlarda yer almaktadır. 'Genelleme' ve 'Çıkarma' stratejileri yerlileştirme ve yabancılaştırma kutuplarına eşit mesafede dururken, 'Muhafaza etme' ve 'Ekleme' yabancılaştırmaya; 'yerlileştirme', 'dönüştürme' ve 'yaratım' stratejileri ise yerlileştirmeye yakın durmaktadır. Diğer bir deyişle, 'muhafaza etme' yani doğrudan aktarım ve 'ekleme' stratejileri kaynak metinde yer alan kültüre özgü unsurları erek metinde olduğu gibi koruyan yabancılaştırma stratejisi üst başlığı altında incelenebilir. Öte yandan 'yerlileştirme', 'dönüştürme' ve 'yaratım' stratejileri yerlileştirme üst başlığı altında yer almaktadır. Çünkü bu stratejiler vasıtasıyla kaynak metinde yer alan kültüre özgü ifadelerin, erek okura yadırgatıcı gelmemesi ve daha anlaşılır kılınması amacıyla erek metinde farklı şekillerde ifade edilir. 'Çıkarma' ve 'genelleme' ise yerlileştirme ve yabancılaştırma kutuplarının tam ortasında yer almaktadır (Jaleniauskiene & Cicelyte, 2009, s. 33). Erek metinde genelleme ya da bir unsur metinden çıkarma yöntemi uygulandığında kaynak metindeki kültüre özgü unsurların yabancılığı ve garipliği erek metinde hissedilmez. Bu iki stratejinin yine de yerlileştirme prensibine yakın durduğu söylenebilir. Çünkü kaynak metindeki kültüre özgü unsurlar erek okurun farkına varmasına imkan tanımayacak şekilde erek metinden çıkartılır ya da söz konusu kültüre özgü unsurlar için daha genel ve tarafsız ifadeler kullanılarak kaynak kültüre ait çağrışımlar en aza indirgenir. Bu çalışmada yer alan Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinlerinin incelemesi Venuti'nin yerlileştirme ve yabancılaştırma stratejileri ve Davies'in mikro stratejileri çerçevesinde yapılmıştır. Aşağıdaki paragraflarda Davies'in (2003) kültüre özgü unsurların çevirisinde önerdiği yedi mikro strateji ele alınmıştır:

- 1) Muhafaza etme/doğrudan aktarım, kaynak kültürde yer alan kültüre özgü unsurların erek metinde korunması yani muhafaza edilmesini öngörür. Kaynak metinde geçen kaynak kültüre özgü bir unsurun erek kültürde karşılığı olmadığı zamanlarda çevirmen söz konusu kültürel sözcüğü değiştirmeden erek metinde muhafaza etmeyi tercih edebilir (s. 72). Davies, kültüre özgü unsurun biçimsel ve anlamsal olmak üzere iki farklı şekilde erek metinde muhafaza edilebileceğini belirtir. Biçimsel muhafazaya örnek olarak, Harry Potter romanının İngilizce'den Fransızca'ya yapılan çevirisinde *pub* ve *porridge* sözcüklerinin kaynak kültürdeki çağrışımsal anlamlarını yitirme pahasına Fransızca metinde aynen korunmasını

gösterir. Davies (2003) ayrıca ödünçleme (transliteration) yönteminin de muhafaza etme stratejisi kapsamında değerlendirilebileceğini belirtir. Doğrudan aktarma ya da geçiş olarak tanımlanabilen transliteration en basit ifadeyle kaynak metinde kullanılan bir sözcüğün, özellikle isimlerin telaffuzunu ve yazılımını erek dil yapısına uyumlayarak erek metne aktarılması; diğer bir ifadeyle sesletim yoluna başvurularak doğrudan aktarım olarak açıklanabilir (s. 76). Tablo 1.4’ de ödünçleme) örneklerine yer verilmiştir:

Tablo 1.4 Olduğu gibi aktarma (ödünçleme örnekleri)

KAYNAK METİN	EREK METİN
Television (İngilizce)	Televizyon (Türkçe)
Radio (İngilizce)	Radio (Türkçe)
Office (İngilizce)	Ofis (Türkçe)
Bureau (Fransızca)	Büro (Türkçe)
Document (İngilizce)	Döküman (Türkçe)
Atelier (Fransızca)	Atelye (Türkçe)
Osmanlı (Türkçe)	Ottoman (İngilizce)
Yeniçeri (Türkçe)	Janissary (İngilizce)
Harem (Türkçe)	Hareem (İngilizce)

Kültüre özgü unsurları anlamsal açıdan muhafaza edilmesi ise kaynak kültürde yer alan kültürel referansın erek dildeki karşılığının tespit edilip, açıklayıcı ek bilgiye yer vermeden erek metinde kullanılması anlaşılır. Davies, anlamsal muhafazaya örnek olarak Harry Potter romanında geçen bir ölçü birimi *inch* sözcüğünün yerine, romanın Almanca’ya yapılan çevirisinde Alman kültüründeki karşılığı olan *zoll* sözcüğünün kullanılmasını verir. Kültürel bir unsurun anlamının erek metinde muhafaza edilmesi original metnin çağrışımlarında kayba neden olurken biçimsel muhafaza bilindik anlamda kayba neden olur (Davies, 2003, s. 75).

- 2) Ekleme, kültüre özgü unsurların çevirisinde sıklıkla kullanılan diğer bir mikro stratejidir. Bu yöntemde çevirmen kültüre özgü unsuru erek metinde original biçiminde muhafaza ederken gerekli gördüğü açıklamaları metne ekler (Davies, 2003, s. 77). Böylece erek okur original sözcüğün çağrışımsal anlamını bir noktaya kadar olsa da anlayabilir. Örneğin, Harry Potter romanının Fransızca

versiyonunda geçen *maisons* sözcüğü İngilizce çevirisinde aynen muhafaza edilmiş ve “İngiliz okullarında bulunan ev sistemine verilen isim” açıklaması yapılarak ekleme yöntemini kullanmıştır. Benzer örneklere Topkapı Sarayı Müzesi sarayındaki turizm metinlerinde rastlanmaktadır. Örneğin sarayın ikinci avlusunda yer alan Bab-üs-Saadet kapısının yanında yer alan panodaki metinde geçen *ulufe* sözcüğü İngilizce çevirisinde aynen muhafaza edilmiş ve parantez içinde yeniçerilerin maaşlarına ulufe denildiği ve ulufelerin üç ayda bir Divan-ı Hümayun’da Sadr-azamın huzurunda verildiğine dair ek açıklama yapılmıştır. Çevirmen “orijinal sözcüğü muhafaza ederken aynı zamanda ekleme yapabileceği” gibi orijinal unsuru metinden çıkarıp, söz konusu unsuru açıklayarak metinde kullanabilir (Davies, 2003, s. 78). Bu açıklamalar metinde doğrudan kültüre özgü sözcüğün yerini alabileceği gibi parantez içinde, dipnot olarak ya da terimce kaynakçasında ekstra bilgi olarak verilebilir. Ancak gerek parantez içi gerek dipnot olarak verilen fazla bilgi okurun okuma hızını ve akışını yavaşlatacağı için rahatsız edici bulunabilir. Davies’e göre, uzman bir çevirmen açıklamasını okuyucuyu rahatsız etmeden metnin içine başarılı bir şekilde yerleştirebilmelidir. Erek metine yapılan eklemelerin kaynak metinde olmadığı halde söz konusu kültüre özgü unsurun abartılı bir biçimde vurgulanmasına neden olabilir. Bu yüzden çevirmenlerin erek okurun profilini çok iyi tanıması ve okura uygun miktarda ve yoğunlukta ekleme yapması gerekmektedir.

- 3) Çıkarma, eklemenin aksine metinde sorun çıkaran kültüre özgü bir unsurun metinden çıkartılması ve dolayısıyla erek okurun bu unsurun varlığından bile haberdar olmaması anlamına gelmektedir. Çıkarma yoluna gidilmesinin, çevirmenin orijinal anlamı nasıl vereceğini bilememesi ya da bu unsuru tam olarak anlamamış ya da yorumlayamamış olması gibi nedenleri olabilir. Yani kaynak metinde yer alan bir kültüre özgü unsur çevirmen tarafından anlaşılmadığında ya da anlaşılsa bile bu sözcüğü nasıl çevireceğini bilemediğinde o unsur erek metinden çıkartılabilir. Davies’in ileri sürdüğü diğer bir neden ise çevirmenin bütün çabaları sonucunda kültüre özgü unsurun karşılığını bulduğunda, bulduğu alternatif çabalarına değmeyecek kadar zayıf kalabilir. Yani bazı durumlarda sonucuna değmeyecek bir çabadan kaçınmak için çıkarma stratejisi uygulanabilir. Ancak bu strateji aşırıya kaçan bir yöntem ya da

çaresizlikten başvurulacak son çare gözüyle görülmemelidir. Bazı durumlarda erek okurun ilgisini kaybetmemek ve okurun kafasını karıştırmamak adına çıkarma yoluna gidilebilir (Davies, 2003, s. 80). Çevirmeni çıkarmaya yönlendiren diğer bir neden erek okurun kültür şoku yaşamamasını engellemek, erek okurun sosyo-kültürel tabularını rahatsız etmemek ya da politik bir ideolojiyi desteklemek olabilir (Dimitriu, 2004, s. 165-166). Bu bağlamda erek okurun yaşı, eğitim durumu, cinsiyeti ve sosyal konumu çevirmen için değerlendirilmesi gereken kriterlerdendir. Bir kültürel referansın tamamen metinden çıkarılması pahasına olsa da bazen kolay ve akıcı bir okuma uğruna bu strateji tercih edilebilir. Davies (2003) bu kararın rasyonelini şu şekilde açıklar:

“Sometimes the cost of finding an effective alternative for a cultural reference which is not readily transferable may be judged to outweigh the benefit which would be gained by providing one” (s. 81).

Davies, bu stratejiye Harry Potter kitabının Fransızca’ya çevirisinde sadece yeterince ileri yaştaki İngilizlerin hatırlayabileceği eski bir İngiliz şarkısına ait bir referansın erek okur Fransız çocukları tarafından anlaşılmayacağı gerekçesiyle Fransızca metinden çıkartılmasını örnek gösterir (s. 81).

- 4) Genelleme, erek okur kitlesinin çok çeşitli olduğu durumlarda kültüre özgü unsurların çevirisinde daha genel ya da tarafsız sözcükler kullanarak aktarımın yapıldığı bir çeviri stratejisidir. Çeviri şirketleri ve yayınevleri tarafından özellikle tercih edilen bu strateji çok uluslu okur kitlesi ile iletişimde tercih edilmektedir (Davies, 2003, s. 82-83). Genel ifadeler kullanmak, kültürel bir referansa “daha geniş bir okuyucu kitlesinin erişimini sağlarken” erek okur tarafından bilinmeyen bir unsurun yaratacağı rahatsızlığı ortadan kaldırır. Böylece metin kültürel açıdan daha geniş bir okuyucu kitlesine hitap eder. Örneğin İngilterede *Mars* adıyla bilinen özel bir tür çikolata için daha genel bir ifade olan *çikolatalı gofret* ifadesinin kullanılması genellemeye örnek gösterilebilir (Danyte, 2006, s. 205). Bu stratejinin olumsuz yanı kültüre özgü unsur yerine daha genel bir ifadenin kullanılması nedeniyle orijinal kelimenin kültürel çağrışımlarını yitirmesidir. Kültüre özgü unsurların aktarımında genelleme, okur kitlesinin çok çeşitli

kültürlerden geldiği durumlarda çevirmenin tercih ettiği bir mikro strateji olarak değerlendirilebilir.

- 5) Yerlileştirme, genel ifade kullanmanın tersi bir mikro stratejidir. Çevirmen vazgeçilemeyecek ağırlıkta bir kültürel unsur söz konusu olduğunda bu unsurun yaratacağı etkiyi feda etmek istemeyebilir ve erek dilde var olan haliyle metinde kullanır. Davies'in (2003, s. 83-84) deyimiyle çevirmenin "kültürden bağımsız" bir çeviri yapmak gibi bir lüksü yoktur. Bu teknikle, çeviri metinlerin erek dilde üretilmiş oldukları izlenimi verilir. Bu şekilde orijinal unsurun anlamının erek metinde aynı çağrışımları yapması mümkün değildir. Öte yandan metin erek okur için anlaşılır olur. Davies yerlileştirme stratejisini İngiliz ve Fransızca yemek isimlerinin çevirisine ilişkin verdiği örneklerle betimler: İngiliz mutfağının *boiled potato* (haşlanmış patates) ve *baked potato* (fırınlanmış patatesi) kültürel sözcükleri, Fransızca'da *gratin* (kızarmış patates) ve *pommes de terre sautees* (soslu patates) olarak yerlileştirilir. Yine İngiliz kültüründeki *Christmas Cake* (Noel pastası), Fransızca çevirisinde *buches de Noel* (Fransa'da Noel zamanı pişirilen kütük şeklindeki pasta) olarak karşılığını bulur. Bu noktada önemli olan sözcüklerin taşıdığı anlamların aynı olmasından ziyade etkilerinin denk olmasıdır. Erek okuru cezbetmek amacı bu stratejinin tercih edilmesinde etken unsurlardan sayılabilir (Davies, 2003, s. 84). Davies, kabul edilebilir yerlileştirme ile mantık dışı yerlileştirme arasında çok ince bir çizgi olduğuna dikkat çeker. Yerlileştirme özel isimlerin aktarımında da kullanılan bir stratejidir. Örneğin, erek kültür fonetiği ile daha uyumlu olmasını sağlamak amacıyla İngiliz ismi *Hermine*, Almanca'ya *Hermine*; Çekçe'ye *Hermiona*; Hollanda diline *Hermelien* olarak çevrilebilir. Geleneksel isimlerin çevirisi söz konusu olduğunda çok daha dramatic kararlar alınabilir. Kaynak kültürde özel anlamı olan bir isim erek metinde başka bir isimle çevrilebilir. Bu noktada benzerlik fonetik değil çağrışımsaldır (Davies, 2003, s. 86).
- 6) Dönüştürme stratejisi çevirmenin, orijinal metinde yer alan kültüre özgü bir unsuru, erek okurun metinde karşılaşılabileceği yabancı bir unsurla baş etme kapasitesini yani esnekliğini, toleransını ve anlamaya olan istekliliğini değerlendirmek suretiyle başvurabileceği bir mikro stratejidir. Baş etme kapasitesi ile okurun esnekliği, anlama arzusu ve toleransı kast edilmektedir.

Genellemelerin ya da yerlileştirme stratejilerinin yeterli olmadığı durumlarda kültüre özgü unsurların dönüştürme yoluyla modifiye edilmesi yoluna gidilir (Davies, 2003, s. 86). Diğer bir deyişle kültüre özgü unsur erek okur tarafından kavranamayacak kadar karmaşık olduğunda bu strateji faydalı olabilir. Dönüştürülen sözcük erek metinde kaynak sözcüğün orijinal anlamını ifade etmez. Erek metinde yer alan sözcüğün anlamı kaynak kültürde kullanılan kültüre özgü unsurun anlamıyla aynı değildir. Davies, dönüşümü, Harry Potter kitabının orijinal adının Fransızca'ya çevirisiyle örneklendirerek açıklar. Kitabın orijinal adı *Philosopher's Stone* (Felsefe Taşı)' dur. Diğer maddeleri altına dönüştürme gücüne sahip olup sonsuz hayata kavuşma ile ilgili bir ortaçağ kavramı olan *Philosopher's Stone* (Felsefe Taşı), Fransızca versiyonunda *Harry Potter a Pecole des sorciers* (Büyücüler okulunda Harry Potter); Amerikan versiyonunda *Harry Potter and the Sorcerers Stone* (Harry Potter ve felsefe taşı)'na dönüştürülmüştür. Sonuç olarak orijinal kitabın adı, Fransız ve Amerikan versiyonundaki kültürel çağrışımlar kasten göz ardı edilerek dönüştürme yöntemi ile farklı bir nitelik kazanmıştır. Davies'e (2003) göre, kitap ve film isimlerinin dönüştürülmesi taşıdıkları reklam etkisi nedeniyle potansiyel okuru ya da izleyiciyi cezbetmek amacıyla sık sık başvurulmuş bir yöntemdir. Çevirmeni bu stratejiyi seçmeye yönlendiren unsurlar arasında “erek okurun zevki, eğilimleri ve kapasitesi” etken rol oynar. Davies, istenmeyen isimler ya da referanslar söz konusu olduğunda hoşgörüsü daha az olan okur için Aixela tarafından *uyumlama* (attenuation) adıyla öne sürülen stratejiden bahseder (s. 87). Uyumlama kaynak metinde geçen küfür ya da kaba saba sözlerin daha yumuşak alternatifleriyle yer değiştirmesi anlamına gelmektedir. Her ne kadar birbirlerine çok benzeseler de yerlileştirme ve küreselleştirmeye oranla dönüştürmede gerçekleşen anlam değişikliği daha fazladır. Çünkü bu stratejinin kullanılması kaynak metin yazarının niyet etmediği imaları ve anlamları öne çıkarır. Bu nedenle kültüre özgü unsurun uğradığı değişimin çizgileri daha keskin olabilir (Danyte, 2006, s. 209).

- 7) Yaratım, kaynak metinde olmadığı halde erek metinde yeni unsurların yaratımını kast eder. Çeviride az rastlansa da (Aixela, 1996, s. 64), çevirmenin yaratımda bulunmasını gerektiren özel durumlar söz konusu olabilir. Orijinal biçim erek kültür için çok garip ya da yadırgatıcı olduğunda hedef biçimi erek okur için daha

anlaşılır, daha açık kılmak amacıyla yaratım stratejisine başvuran çevirmenlerin kaynak dilin tadını az da olsa korumaya özen göstermesi beklenir. Davies (2003) bu stratejiyi, Harry Potter romanında geçen Pomfrey isminin İtalyanca'ya *Chips*; Crabbe isminin de *Tiger* olarak çevrilmesiyle örnekler. Benzer şekilde kitapta geçen diğer bir isim olan Fang, Fransızca'ya *Crocdur* olarak çevrilmiştir. Yaratım stratejisi özellikle şiir çevirilerinde ve mizah içerikli metinlerin çevirilerinde kullanılır (Danyte, 2006, s. 205).

Davies'in önerdiği mikro stratejilerden birine ya da aynı metinde gerekli görüldüğü takdirde birden fazlasına aynı zamanda başvurulabilir. Çevirmen, kaynak metni ve metinde geçen kaynak kültüre ait kültürel referansları değerlendirmeli; erek okuru, kapasitesini ve ihtiyaçlarını tanımalı; erek kültüre hakim olmalı ve çeviri sürecinde vereceği çeviri kararları neticesinde erek metnin kazanacaklarını ve kaybedeceklerini tartmalı ve bu yönde kararlar vermelidir. Ne zaman hangi stratejiyi devreye sokacağı çevirmenin uzmanlığına ve yaratıcılığına ve işverenin ortak üst amaç için yani çevirinin işlevselliği adına çevirmenle işbirliği içerisinde olmasına bağlıdır.

BÖLÜM 2. ÇEVİRİ KURAMLARI VE TURİZM ÇEVİRİSİ

Bu bölümde, turizm çevirilerinin toplumsal ve kültürel boyutu nedeniyle öncelikle Çeviri Eylemi kuramı ve Kültürel Semboller kuramı ele alınmıştır. Turizm çevirisi, kültürlerarası iletişimin sağlanmasında önemli bir rol üstlenen toplumsal bir eylemdir. Her eylemin olduğu gibi turizm çevirisinin de amacı vardır ve bu amaç toplumsal işbirliği sayesinde gerçekleşebilir. Çevirmen, kaynak metnin özüne ve işveren tarafından bildirilen işleve ve kültürel referanslara sahip çıkarken, alımlayan konumundaki turist için çekici ve anlaşılır bir metin üretmek zorundadır. Demircioğlu (2016), çevirmeni kültürel faaliyetin aktörü olarak tanımlar:

“Çeviri eyleminde çevirmen, kültürlerarası iletişimi gözetererek amacı gerçekleştiren, topluma ve edebiyat geleneğine biçim, içerik ve anlam açısından yeni yaklaşımlar getiren ve erek kültürü zenginleştirmek üzere kültürel bir sorumluluk taşıyan uzman kişidir. Diğer bir deyişle ‘transkültürel’ faaliyetin önemli bir aktörüdür.” (s. 24)

İki farklı kültür arasında köprü kuran ve dünya entellektüel tarihinin oluşmasına katkıda bulunan “çeviri süreci aktörleri” (Delisle & Woodsworth, 1995), sadece bir kültüre ait değildirler, kültürel sınırlar üzerinde faaliyet gösterirler. Dolayısıyla da eserleri kültürlerarasıdır (Pym, 1998). İletişimsel eylemi yönlendiren işbirliğidir. Çeviri eyleminden sorumlu olan kişi tek başına çevirmen gibi görünse de, çevirmen çeviri sürecinde yalnız değildir. Çeviriye gereksinim duyanın ve işverenin sorumluluğu çevirmenin sorumluluğundan daha az olduğu söylenemez (Holz-Manttari, 1984, akt. Tosun, 2017). Vermeer (1986, akt. Tosun, 2017), çeviri eyleminde kültürler arası iletişimin sağlanması için toplumsal işbirliğinin kaçınılmaz olduğunu şu sözleriyle ifade eder:

“Kültürleşmiş ve toplumsallaşmış insan, diğer insanlarla ilişki içindedir. Bu durumda insan, kendini diğer insanlara göre ayarlamak zorundadır. Çevirmen kültürler arası iletişim için başkasının, yani iş birliğine istek duyan

birinin görevlendireceği bir uzmandır. Çeviri üzerine bu bağlamda konuşulmalıdır.” (Tosun, 2017)

Çeviri kültürel aktarım gerçekleştiren toplumsal bir iletişim aracıdır ve çeviri eyleminin amacını gerçekleştirmesi ya da diğer bir deyişle işlevsel çeviriler üretmenin yegane yolu çeviriyi eyleyenlerin ya da çeviri eylemine katılan paydaşların üst amaç doğrultusunda ve çeviribilim açısından bilinçli bir farkındalık çerçevesinde işbirliği yapmasıdır. Alt metin türü olarak turizm çevirileri söz konusu olduğunda kültürel aktarım kavramı ve işverenin kültürel farkındalığı; işbirliğine istekliliği ve işveren ile çevirmen arasındaki iletişim daha da önem kazanmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın kuramsal çerçevesini çizerken Çeviri Eylem Kuramı ve Kültürel Semboller Kuramı ele alınmıştır. İlerleyen bölümlerde önce Çeviri Eylemi kuramına ve daha sonra Kültürel Semboller kuramına yer verilecektir.

2.1. ÇEVİRİ EYLEMİ KURAMI

Fin çeviribilimci Justa Holz-Maenttaeri, “Bir Eylem Olarak Çeviri” (*Translatorisches Handeln: Theorie und Methode*, 1984) adlı kuramını öne sürerken amacı olmayan bir eylemin eylem sayılamayacağı gerçeğinden hareket eder (akt. Eruz, Demez, Şan, Alp, Camcı, Ergil, 2009). Çevirinin de bir eylem olması nedeniyle amacının olmasının kaçınılmaz olduğunu ve amacın “işbölümüne dayalı toplum” (arbeitsteilige Gesellschaft) tarafından belirlendiğini öne sürer. Çeviriye İlişkin Eylem kuramında, çeviri eylemi profesyonel iş yaşamında bildirişim içeren sosyo-kültürel bir kimlik kazanmıştır. Çeviri eyleminin profesyonel bir alan olarak tanımlanmasıyla işveren, iş ve uzman çevirmen kavramları öne çıkmıştır. Yazıcı’ya (2015) göre işveren, iş ve uzman terimlerini kullanarak çeviriyi profesyonel bağlama oturtan ilk kuramcı Holz- Maenttaeri’ dir.

Çevirmen için çeviri eylemi amaç doğrultusunda gerçekleşir. Bu bağlamda amacı olan her türlü metin çeviri eylemi kuramını ilgilendirir. Amaç, işbölümüne dayalı toplum tarafından belirlenir. Çeviri eylemi sonucunda erek metin elde edilir. Metin erek kitleye ulaştıktan sonra ise başka eylemler devreye girer (Vermeer, 1989, akt. Yazıcı, 2015). Çeviriyi sadece erek metne sadık dilsel aktarım süreci olarak görmeyen Holz-Manttari’nin çeviri tanımı, bütünsel bir yaklaşım sergilemesiyle önceki tanımlardan ayrılır (Tosun, 2017). Bütünsel çerçevede, çevirmenin uzman bir kişi oluşunun yanında

çeviri eyleminin koşulları devreye girer. Çeviriye gereksinim duyan kişi ya da kurumlar ve gereksinimi karşılamak amacıyla çevirmene çeviri işini veren işveren, çeviri sürecinde çevirmenin yanında yer alır. Eylemin her kademesinde toplumsal bir iş ve toplumsal bir işleyiş söz konusudur. Erek kültür toplumu ve erek metnin oluşmasını talep edenler çeviri sürecinin işleyişine doğrudan etki eden unsurlar arasındadır. Çeviri sürecinde çevirmen, erek kültür ve kaynak kültürün amaç ve beklentilerinin farklılığının bilincinde olmalıdır. Tosun, çevirinin sosyal boyutunu ve çevirmenin uzmanlık gerektiren bir iş yaptığına dair düşüncelerini şöyle açıklar:

“Çevirmen, bu beklenti ve amaçlar doğrultusunda, kendi uzmanlık ve kültürel birikimiyle erek kültürde işlevine uygun bir çeviri üretmek isteyen bir uzmandır.” (Tosun, 2017, s. 112).

Çevirmen çeviri sürecinde erek kitlenin beklentileri doğrultusunda, işlevsel kararlar alan iletişim uzmanıdır. Turizm çevirilerinde öncül amaç bilgi vermek olarak kabul edilebilir. Ancak turizm çevirilerinin seyahat etme imkanı ve arzusu olan farklı kültür toplumlarından bireyleri, diğer bir deyişle potansiyel turisti harekete geçirebilmesi ve turizm hareketliliğine katılmaya sevk edebilmesi için bilgilendirme işlevi tek başına yeterli gelmeyecektir. Doğru bilginin, çağrı işlevini içeren çekici ve akıcı metinler vasıtasıyla aktarılması gerekmektedir. Turizm metinlerinin işlevlerini yerine getirmesinde kültürlerarası iletişimin sağlanması özellikle önem arz eder. Ancak turizm sektöründe tek bir kaynak metin için farklı erek kültür toplumları söz konusudur. Müzeleri ele alırsak, Topkapı Sarayı Müzesi örneğinde olduğu gibi hemen her ulustan ziyaretçiye ev sahipliği yapmaktadırlar. Bu nedenle müzelerde çeviri metinler için hangi dil seçilirse seçilsin çeviri eyleminin amaca ulaşması için kültürlerarası iletişim sağlanmalı ve farklı kültürlerin normları göz önünde bulundurulmalıdır. Çevirmen, erek kültür normları çerçevesinde çeviri stratejileri geliştirebilecek ve aldığı kararları etkin şekilde uygulayabilecek yeteneğe sahip olmalıdır (Eruz vd., 2009). Çevirmenin önceliği, çeviri metnin erek kültürde işlevini yerine getirmesini sağlamaktır. Çeviri edincine sahip çevirmenin görevi erek metni ve işbirliği içinde olduğu diğer eyleyenleri yönlendirmek ve yararlanabileceği tüm kaynakları ekonomik biçimde kullanarak çevirisini gerçekleştirmektir. İşlevsel bir çeviri ortaya koymak konusunda her türlü kararı alma yetkisi bulunan çevirmen, tüm sorumluluğu üstlenen bir uzman konumundadır. Holz-

Maenttaeri (1984, akt. Tosun, 2017), çeviri eyleminde amaca ulaşmak için içerik ve biçimin öncelikte işlevden sonra geldiğini belirtir: “Bir ileti taşıyıcısı olarak metin, kendi içerik ve biçim yapısını, işlevin önceliğinden alır.” Özellikle içeriğin, çeviride en önemli unsur olarak benimsendiği turizm metnlerinin turist tarafından ilgi görmeyen, okunmayan ve içerik odaklı birebir çeviriler nedeniyle anlam ifade etmeyen metinler olma olasılığı yüksektir. Nitekim, müzelerin ve tarihi ören yerlerinin giriş kapılarında ücretsiz verilen tanıtım broşürleri çoğu turistin okumadığı metinlerdir. Broşürde yer alan gezi güzergahı, mekanın planı ya da bölge haritasından yararlanmak bu broşürlerin alınmasının başlıca nedeni olarak kabul edilebilir. Turist rehberi olarak, turistlerin bilgilendirme pano ve tabelalarında verilen bilgiyi okumaya istekli olmalarına rağmen, bir iki panodan sonra metinleri okumaktan vazgeçtiklerine defalarca tanık oldum. Ya da ısrarla bütün metinleri sonuna kadar okuyan ve buna rağmen okuduklarının çoğunu anlamayan; hatta okuduklarının ne anlama geldiğini soran turistlerin sorularını cevapladım. Bu noktada sadece turizm çevirilerinin değil, aynı zamanda kaynak metinlerin de işlevlerini yerine getirecek yönde düzenlenmiş metinler olmadıklarına sayısız defalar şahit oldum. Bu nokta da kanaatim çeviri metinlerin işlevselliği kadar kaynak metinlerin de işlevselliğinin sorgulanmadığı yönündedir.

Holz-Maenttaeri’ nin Çeviri Eylemi kuramı, çeviride aktarımı bir sistem çerçevesine oturtmasıyla diğer kuramlardan farklılaşır. Kültür ve durum unsurları çeviri eylemi kuramındaki sistemselliğin temelini oluşturur. Çeviri Eylemi kuramında çeviri eylemi kültür, iletişim ve eylem açılarıyla sistemsel bir süreçtir (Tosun, 2017). Holz-Maenttaeri, çeviri eylemindeki sistemselliği kültür ve durum bağlamında ele alır:

“Toplumsal olayların etkisiyle ve toplumsal bağlamda eylemde bulunan birey; ‘sistem içinde sistem’ olarak tanımlanmalıdır. Bu bireyin kültüre uyum süreci, diğer bireylerin kültüre uyum sürecinden ayrılır, onun toplumdaki yerini almasında diğer bireylerin de rolü vardır. Bu saptamayla çeviri eylemi için temel koşullar ortaya atılabilir, çünkü birey çeviri eylemiyle kendi sistem sınırını ve kültür engellerini aşar. Kültürü aşan böyle bir eylemin işleyişi, farklı durumlarda farklı olacaktır. Dar anlamda durum bağlamındaki tüm karşılıklı etkileşimler, işbirliğinin aracısız karşılıklı yönlendirmesine izin verirler. Çeviride söz konusu olan, metinlerin belli bir durum bağlamında, bir uzman tarafından üretimidir. Uzman eylemi olarak çeviri, bir yandan bireyin temel yetenekleri ile ilgiliyken, diğer yandan işbirliği yapan uzmanlaşmış

bireyin bilgisine gereksinim duyar” (Hoz-Maenttaeri, 1984, s. 6, akt. Tosun, 2017).

Turizm disiplinlerarasıdır. Bu nedenle turizm çevirileri kapsam alanı nedeniyle çok çeşitli konularda ve farklı düzeylerde bilgi aktarımını gerektirir. Bu metinler sayısız kültüre özgü unsuru bünyesinde barındırır. Çevirmenin çok kültürlü olması ya da dünya bilgisi işlevsel çeviri için önkoşul olmakla birlikte, çevirmenin bilgisinin tek başına yeterli olmayacağı turizm metinlerine rastlamak çok sık karşılaşılan bir durumdur. Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinlerini ele aldığımızda, neredeyse metinlerin hepsinde dönemsel tarih, sanat tarihi, mimarlık, Osmanlıca, Arapça, Farsça, İslam din kültürü vb. konularda alan bilgisi ve terminoloji hakimiyeti gerektiren unsurlar bulunmaktadır. Netice de turizm metinleri teknik metinlerdir. Çevirmenin işlevsel turizm çevirileri yapması için arkeoloji, sanat tarihi, mimarlık vb. konularına hakim uzmanlarla işbirliği içinde olması gerekir.

Çeviri eylemi kuramı, erek kültürde eşdeğer metin üretme anlayışının yerine, işlevsel çeviri anlayışını koyar. Holz-Maenttaeri için erek metinle kaynak metin arasındaki ilişkiyi şekillendiren unsur işlevdir ve işlev metnin türü söz konusu olmaksızın her durumda çevirmenin önceliği konumundadır. İşlevsel çevirinin ön koşulunun, erek kültür toplumunun durumunu, bildirişim amaçlı iletişimi ve işbirliğini dikkate almak olduğu söylenebilir. Holz-Maenttaeri, çeviriyi işbirliği, kültür, iletişim ve işlev bağlamında tanımlar:

“Çeviri Eylemi öyleyse; ne sözcükler, ne cümleler, ne de basitçe metinleri çevirmektir. Çeviri, bir işbirliği sonucunda kültür engelleri aşarak *işlevine uygun iletişimi* mümkün kılmaktır” (Holz-Maenttaeri, 1984, akt. Tosun, 2017).

Çeviri Eylemi kuramına göre işlevin önündeki en büyük engel, çeviride kaynak odaklı yaklaşımlar benimsemektir. Çeviri sürecinde ezbere benimsenen kaynak odaklı yaklaşımlar çevirinin kültürel bir aktarım olduğu gerçeğiyle çelişir. Tosun, Çeviri Eylemi kuramının neden olduğu en büyük değişimin kaynak odaklı bakış açısının yerini erek odaklı yaklaşımın alması olduğunu ileri sürer:

“Eski çeviri kuramının, çevirmenin yaşadığı süreci, kaynak ve erek metin arasındaki eşdeğerliğe indirgemekle, çeviri sürecini ve çevirinin toplumsal ve kültürel boyutlarını görmezden gelmesi ve bireylere özgü kurallarla çeviri gerçeğine yön vermek istemesi, Holz-Maenttaeri’nin aşmak istediği çeviri paradigması olarak karşımıza çıkar” (Tosun, 2017, s. 123).

Dilbilimsel bakışın çeviribilime yeterli gelmeyeceğini savunan Holz-Maenttaeri, kuramını temellendirirken eylembilim ve kültürbilimden faydalanır. Çeviri Eylemi kuramı için dilin dinamik ve yaratıcı yönü, diğer bir deyişle iletişimsel boyutu önemlidir. Tosun’a (2017) göre dilsel iletişim gerçekleşirken nasıl bir durumda, hangi zamanda ve mekanda olduğu Çeviri Eylemi kuramının en önemli çıkış noktalarındandır. Turizm çevirisinde, turizmin uluslararası doğası nedeniyle sağlıklı ve kesintisiz iletişimin sağlanabilmesi için gerekli yerlerde ve gerektiği şekilde iletişim stratejilerini kullanan uzman çevirmenin, kültürbilimden faydalanması kaçınılmazdır. Turizm medeniyetlerin buluşmasıdır. Çevirmen durum bağlamının, çevirinin hangi zamanda yapıldığının ve ilgili turistik mekanın kimliğinin idrakinde olması, yapılan çevirilerin işlevselliğini kurgularken önemseyeceği konuların başta gelenlerindendir. İstanbul’un ziyaretçi profili ve sayısı Topkapı Sarayı Müzesi’ne denk bir diğer müzesi Ayasofya’yı örnek alırsak; müzede yer alan tanıtım amaçlı turizm metnlerinin adeta metinleri okuyan bir alıcı kitlesi yokmuş izlenimi veren; metinlerde mekanın Hristiyan din tarihi için önemini silikleştiren ve Osmanlı İmparatorluğu döneminde camiye dönüştürüldükten sonraki dönemlerine vurgu yapan; Osmanlı döneminde binanın sağlamlaştırılması amacıyla yapılan mühendislik çalışmalarını öne çıkartırken, yapıldığı tarihte dünyanın en yüksek kubbesinin nasıl inşa edildiğine dair bilgileri ikinci plana atan metinler olduğu görülmektedir. Özet olarak, Ayasofya Müzesindeki turizm metnlerinin, müzenin değerini bir bütünsellik içinde vurgulaması ve insanlık için önemini ortaya koyması gerekirken metinlerinde taraflı yaklaşımlar dikkat çekmektedir. Bu noktada turizm metinleri çevrilirken “nasıl bir durumda”, “hangi zamanda” ve “hangi mekanda” sorularının önemi ortaya çıkmaktadır. Çünkü turizm metnlerinin işlevlerini yerine getirebilmesi için en önemli özellikleri arasında her kesimden ve her kültürden ziyaretçiye hitap eden, olumlu duygu ve düşünceler uyandıran, tarafsız ve doğru metinler olmaları sayılabilir. Kuşkusuz bu sorular tercih edilecek çeviri yöntem ve stratejilerini belirlemede de yol gösterecektir.

Çevirmen için ‘uzmanlık’ ve ‘çeviri edinci’ olmak üzere iki koşul öne süren Holz-Maenttaeri, kültür boyutunu dil boyutundan üstün tutar. Vermeer’in kuramının kültür boyutundan etkilenen Holz-Maenttaeri’ye göre, kültürel bir eylem olan çeviri aynı zamanda amaca yönelik bir eylemdir. Maenttaeri’nin görecelik, erek odaklılık ve amaç bağlamında Vermeer’den etkilendiği söylenebilir (Tosun, 2017).

Çeviri Eylemi kuramı, dilsel unsurların yanında eylem, kültür, amaç, işlev ve toplumsal işbirliğini çeviri sürecine katan çok geniş kapsamlı bir kuramdır. Çeviri süreci aynı zamanda hem psikolojik, hem de sosyolojik bir süreçtir. Çeviri Eylemi kuramı sistem kuramı, eylem kuramı, iletişim kuramı ve kültür kuramıyla ilişkilidir. Çeviribilim, farklı kuramlar ve disiplinlerle olan ilişkisi nedeniyle daha önce kullandığı dilbilimsel terimlerin yerine eylembilimsel ve iletişimbilimsel terimleri koyar. Çeviride kullanılan dilin önemini vurgulayan Holz-Maenttaeri, terimceye şu sözleriyle özellikle dikkat çeker:

“Bu kuramda kullanılan terimce sinyal karakteri taşır: Dikkat! Burada geleneksel çeviri anlayışından farklı ve yeni bir şey var. Alışılmış düşüncelerin ve pasif çevirinin yolu artık kesildi. Aktif alımlama ve aktif yorumlamayla, yeni bakış açısının anlaşılmasının yolu açılabilir” (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 6-8; akt. Tosun, 2017).

Çeviri eylemi kuramında terimce kullanımı çevirmenin üzerinde durması gereken çok önemli bir kriterdir. Çevirinin iletişimsel ve kültürel yönü dilbilimsel terimce ile sınırlandığında çeviride niyet edilen kültürel aktarım gerçekleşmez ve birey ya da toplumlar düzeyinde iletişim sekteye uğrar ve bu nedenle çeviri eyleminin amacını gerçekleştirmesi mümkün olmaz.

Çeviri Eylemi kuramında çeviri amacı olan işlevsel bir eylemdir. Amaç tek başına çevirmenin amacı değildir. Çeviri Eylemi kuramında çoklu bir amaçtan söz edilir. Çeviri, kendi amaçları olan paydaşların işbirliği içinde gerçekleştirdikleri sosyal bir eylemdir. Çeviriye gereksinim duyan, işveren ve çevirmen kendi amaçlarını gerçekleştirirken aynı zamanda işbirliği içinde ortak üst amaca hizmet etmektedirler. Holz-Maenttaeri, eylemde bulunan paydaşların amaçları arasındaki dengeyi ve bu dengenin üst amaçla olan ilişkisini şu sözleriyle ifade eder:

“Bir eylem, bir şeyin değişmesine yöneliktir. Bu ‘bir şey’ dünyanın bir kesitidir. Eylem nesnesi, mevcut durumda bir hal ve keyfiyettir. Durumlardaki

hal ve keyfiyetler de yalnızca kendi olanaklı parçalarıyla değil, diğer öğelerle ilişkilerinden doğan aktif parçalarla da ilgilidirler. Hangi ilişkilerin aktifleştirileceği, eylemde bulunanın içinde bulunduğu durumla bağlantılıdır, çünkü eylemin amacını eylemde bulunanlar belirler” (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 41; akt. Tosun, 2017).

Bu bağlamda, çeviri bireye ve toplumlara etki eden ve değişmelerine neden olan bir eylemdir. İletişimsel bu eylem turizm çevirileri örneğinde ele alınacak olursa turist, turist algısı, çevirmen, erek kültür, kaynak kültür, işveren, yayınevi, vb. olmak üzere birçok diğer unsurla ilgilidir. Turizm çevirileri toplumların değişimine etkisi özellikle yoğun metinlerdir. Başka kültür toplumları hakkında doğrudan bilgi veren turizm metinleri, turistin sadece “ötekiler” hakkında değil, aynı zamanda karşılaştırma, bağlama oturtma aracılığıyla kendi kültürel kimliği hakkında da bilgi sahibi olur. Kişisel kanaatim turizm çevirilerinin kültür oluşumunda ciddi etkileri olduğu yönündedir. Turizm etkinliğine katılan, bilhassa kültür turizmi aracılığıyla yabancı toplumların hayatlarını nasıl yaşadıklarına tanıklık eden bir gezgin ya da ekonomik çehresine rağmen turist, evine döndüğünde seyahatinden önce olduğu kişi değildir. Çeviri eylemini ilgilendiren unsurlar ya da aktörler ne kadar çok olursa olsun eylemin tek bir üst amacı vardır. Amaç bu bağlamda herşeydir denilebilir.

Çeviri eyleminde amaç, çevirinin işlevine göre erek toplumun amacı doğrultusunda gerçekleşir. Uzman rolüyle amaç ve işlev arasındaki dengeyi kuran çevirmenin kendi amacı toplumsal amaçla uyumludur (Tosun, 2017). Çeviri Eylemi kuramının sistem, kültür ve işbirliği bağlamları, amaçlı ve işleve yönelik çeviri eylemiyle gerçekleşir. Çeviriyi harekete geçiren ilk neden çeviriye duyulan gereksinimdir. Gereksinim nedeniyle gereksinim duyan kişi ya da kurum çeviriyi ısmarlar. Çeviri olayını başlatan gereksinim, çevirinin işlevine uygun gerçekleşmesine neden olan unsurdur. Turizm metinlerine gereksinim duyan turist çeviri talep eder. Seyahat planları yaparken kararına yön verecek bilgileri edinme arayışına geçer. Bu noktada resmi ya da özel, turizm çerçevesinde bilgi veren tanıtım yazılarını okumaya başlar. Bu metinler genel olarak destinasyonlar hakkında bilgi veren, turisti seyahata özendiren, heyecanlandıran ve güven duygusu uyandıran metinlerdir. Aynı şekilde Turizm Bakanlığı, Milli Saraylar Müdürlüğü, Turizm İl Müdürlükleri, seyahat acentaları, yeme-içme-konaklama hizmeti sunan kuruluşlar ya da hizmet sunan şahsi kurumlar ekonomik getiri, kültürel tanıtım ya

da her ikisini birden gerçekleştirmek amacıyla turizm metinleri ısmarlar. Böylece çeviri eylemi başlamış olur. Turistin, Turizm Bakanlığı'nın, müzenin ya da ören yeri işletmecisinin; reklam ve prodüksiyon şirketlerinin, metin yazarlarının, editörlerin, müze müdürüyetlerinin; çevirmenlerin ve çeviri sürecinde alan bilgisi ile eyleme katkı sağlayan tarihçilerin, mimarların, antropologların ya da dinler tarihi uzmanlarının bireysel amaçları birbirinden farklıdır. Ancak üst amaç doğrultusunda ki bu üst amaç işlevsel turizm metinleri üretmek şeklinde özetlenebilir, çeviri eylemine dahil olan kişilerin ya da kurumların biraraya gelmesi ve çeviri işini toplumsal işbirliği çerçevesinde sonuçlandırması gerekmektedir. Tosun, gereksinim duyanı başlangıç ve çevirinin işlevini de sonuç olarak tanımlar. Amaç ve işlev arasında kurulan neden sonuç ilişkisinde işlev daima ön plandadır. İşlev, her koşulda amacın önündedir. Temel düşünce amaçların işlevine uygun şekilde gerçekleştirilmesidir.

Çeviri eylemi kuramında işlev, çeviri eylemi sonucu oluşan ürünün düzenlenmesini sağlayan temel bir kavramdır. İşlev denildiğinde işbirliği yapan toplumun kültür gerçeği akla gelmektedir. Holz-Maenttaeri, kuramının güçlü yanının işlevselliği öne çıkarmak olduğunu ve bu nedenle kuramının Reiss ve Vermeer'in kuramından üstün olduğunu ifade eder:

“Eylemin amacına yönelik soru, mevcut kuram oluşumu için ne anlama gelebilir? İşlev kavramı bu araştırma için iki şekilde merkez kavramdır. Birincisi, işlev kavramı, bir çeviri gereksinimi durumuna göre, çeviri eylemi sonucu oluşan ürünün düzenlenmesini sağlar. Bu gereksinim durumu, insanın konuşma yeteneği, partnerleriyle iletişim kurmak için amaçlı eylem anlamındaki eşgüdümü sağlamak amacıyla gereksinim duyan kişi için gereklidir. Bu iletişimi sağlamak için ileti taşıyıcı olarak metinler kullanılır. Yani çeviri eyleminin, ileti taşıyıcının üretilmesi için, özel eylem bütünü olarak betimlenmesi gerekir. Çünkü çeviri eylemi kendi özelliğini metinler aracılığıyla elde eder. Diğer yandan işlev kavramı, ‘işbirliği yapan toplum’un kültür gerçeğini çağırıştırır. Bu da çeviri eyleminin, toplumsal sistem olarak, işbirliği örneği olarak betimlenmesi gerektiği anlamındadır. Çünkü çeviri böylece edimsel ve öğretisel disiplin olarak kendi benlik hakkını kazanır. Bununla birlikte ‘işlev’ kavramı bir numaralı araç olarak, tüm durumlar için geçerlidir. Bu şekilde tüm durumlar ve kuramlar, Reiss ve Vermeer’inki de dahil, yetersiz kalır. İşlev kavramı çeviri eylemi için sonuçların

değerlendirilmesinde eleştiri ölçütü olacaktır” (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 26-27, akt. Tosun, 2017, s. 148-149).

Çeviri eylemi eylemler bütünü olarak değerlendirilebilir. Çeviri eyleminin nasıl ele alınacağını belirleyen unsur metinlerdir. İşlev ise işbirliği yapanların kültürel gerçeğine işaret eder. Bu bağlamda toplumsal sistem olarak değerlendirilen çeviri, işbirliğine gereksinim duyar. Çevirinin amaç ve işlev boyutları sadece çeviri eylemi neticesinde ortaya çıkan ürünü düzenlemeye yarayan ya da sonuçların değerlendirilmesinde bir kriter olarak kullanılmaz. Çevirinin amaç ve işlev boyutları, çevirmenin çeviri sürecinde alacağı çeviri kararlarına yön vermesi açısından da çok önemlidir. Turizm çevirisi yapan bir çevirmenin, çeviri sürecinin her aşamasında işlev unsurunu kendine hatırlatması çok önemlidir. Çünkü hangi bilgiye vurgu yapılacağı, hangi bilginin çok gerekli olmadığı, hangi kelime ya da cümlelerin çıkartılacağı, nerede hangi eklemelerin yapılacağı, kültüre özgü sözcükler söz konusu olduğunda kelimelerin hangi kültürel karşılıklarının kullanılacağı, kültürel karşılıklarının yetersiz kalacağı konusunda endişeler ortaya çıktığında, sözcüğün ifade ettiği kavramın ne tür açıklamalarla destekleneceği işlevsel turizm metinleri üretirken alınan çok kritik kararlardır. Turizm çevirileri üretmek çevirmenin çeviri süreci boyunca çeviri kararları almak zorunda olduğu çok zorlu bir süreçtir. Tosun (2017), çeviri eylemi kuramını, çevirmenin kaynak metni hangi amaç ve işlev doğrultusunda çevireceğine dair kararlar aldığı eylem süreci olarak tanımlar.

Holz-Maenttaeri (akt. Tosun, 2017), Çeviri Eylemi kuramında, amaç ve işlevi merkez konumda kavramlar olarak öne çıkartır ve sistem kavramına dikkat çeker. Çeviri Eylemi kuramında sistem dinamik ve değişime açık işlevsel yapılar bütünüdür. Bu tanımıyla sistemi, çeviri eyleminin çok önemli ve vazgeçilmez dinamiği olarak açıklayan Holz-Maenttaeri sistem kavramıyla metnin yapısını ve toplumsal işlevine dair sistemi kasteder. Çevirmen de kendi kültür sistemi içinde farklı bir sistemdir. Kaynak metin kendi içinde kapalı bir sistem iken çeviri aracılığıyla açık bir sisteme dönüşür. Çeviride dilsel dönüşüm gerçekleşirken, aynı zamanda kültürel dönüşüm gerçekleşmektedir. Bu değişim ve dönüşüm kültürlerarası sistem değişimidir. Holz-Maenttaeri, dinamik alt sistemleri ve bütünsel yapıyı açık sistem olarak adlandırır. Genel amaç üst sistemi yaratmaktır. Tosun (2017), çeviri metnin bütünselliğini koruyabilmesinin alt sistemlerin üst sistem tarafından denetlenmesine bağlı olduğunu ifade eder. Bu yönüyle Çeviri Eylemi Kuramında çeviri süreci, Hönlğ’in (1995, akt. Tosun, 2017) makro stratejiler yardımıyla mikro stratejilerin

kararlaştırıldığı çeviri sürecine benzetilebilir. Mikro stratejiler, bireysel ve kuram dışı stratejiler olarak değerlendirilirken, makro stratejiler, kuramsal ve çevirinin bütünlüğünü yansıtan stratejiler olarak değerlendirilir. Holz-Maenttaeri, eylemin genel ve alt sistemleri arasındaki etkileşimi şöyle ifade eder:

“Eylem, bir genel amaca ulaşmak isteğiyle motive olmuş bir ‘eylemde bulunanın varlığını gerektirir. Eylem, durumu değiştirme amacı güder ve herhangi bir durumda meydana gelir. Sözü edilen etkenler, bir sistemin öğeleridir. Onlar arasında, işlevsel olarak organize edildikleri ilişki ve bağlantılar vardır. Bir eylem, eylemde bulunan açısından amacını yerine getirmişse, yani işlevine uygunsa başarılıdır. Bir eylemin genel ve alt sistemleri vardır ve bunlar arasında, kenar unsurlar üzerinden karşılıklı etkileşim söz konusudur. Böyle bir sistem açık sistemdir. *Gefüge* (açık sistem) adını alır. *Gefüge* açık sistem demektir. Yani Gefuge, amaç için çalışılan ve devamlı olarak açık sistem şeklinde cereyan eden devingen bir yapıdır. Yeni bir dengeyi oluşturmak için yapısı bozulduğunda, yeniden bir sistem haline gelebilmek için devamlı şekilde dönüşüme uğrar” (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 29, akt. Tosun, 2017).

Kaynak metin, durağan ve hareketsiz bir sistemdir ve erek metinde harekete geçerek farklı bir işlev kazanır. Kaynak metin işlevinin erek metinde farklı bir işleve dönüşmesi çeviri metnin ve çevirinin işlevselliğine işaret eder. Holz-Maenttaeri için metnin işlevi yani çeviri eyleminin devingen yönü, metne bağlı durağan unsurlara göre ön plandadır. Bu sistem, sistem öğelerinin hareketli olmasından dolayı son derece karmaşık bir sistemdir. Çeviri eylemi kuramında, temel olarak işlevsellik açısından kaynak metnin durağan yapısının, erek metnin hareketli yapısına dönüşümü söz konusudur. Yapı (Structer), bir şemadan ibaret olan ilişki ve bağlantılar ağı olarak yorumlanabilir. Açık sistem (Gefuge) ise aralarında ilişki bulunan öğelerin ve bağlantıların bütünüdür. Bir yapının dış etkenler nedeniyle her türlü değişimi açık bir sistemi oluşturur. Açık sistemin ana özellikleri hafife alınamaz. Bu özellikler ait oldukları; ilişki ve bağlantıyla ayrıldıkları unsurların tamamıdır. İlişkiler (Beziehung), sabit özelliklerin bağlantısı olarak ele alınırken bağıntılar değişen özelliklerin bağlamı olarak değerlendirilir. Holz-Maenttaeri’ye göre, çeviri bağıntılar alanında ortaya çıkar. Çeviri sürecinde sadece metin

değil, kültür içinde bir sistem olan çevirmen de durağan bir yapıdan hareketli bir yapıya geçmektedir.

Çeviri eyleminin toplumsal boyutu kuramda kilit rol üstlenir. Çeviri sürecinde ortak üst amaç doğrultusunda paydaşların işbirliği yapabilmesi için ön koşul iletişimdir. Çeviri eyleminin amacı kaynak metnin işlevinin erek kültür sistemine uygun olmasıdır. Bu bağlamda çeviri iletisi iletişim ve işbirliği aracılığıyla sağlanan kültürlerarası bir iletişimdir. Bir ilişki kurabilmek için iletişime gerek duyulur ve insan iletişimi ancak işbirliğinin eşgüdümlemesi sayesinde kurulur. İnsanın dilsel iletişimi kültür bağlamında ortaya çıkan evrensel bir olgudur. Her birey iletişimin ne amaçla, nasıl bir durumda ve hangi tarihsel zamanda gerçekleştiğini farkındadır. Çeviri eylemi düşünce ve kültür alanını harekete geçirir. (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 33, akt. Tosun). Kültürü dilin üst kavramı olarak gören Manttari için çeviri eyleminde amaç başka bir dil ve kültürde metnin yeniden yazılmasıdır. Başka bir kültürde metnin yeniden yazılması çevirmenin dünya bilgisini gerektirir. Çevirmenin dünya bilgisinin işlevsel turizm metinleri üretme konusunda çevirmenin sahip olacağı en önemli özelliklerden olduğunu düşünerek Maenttaeri'nin yorumunun çok önemli olduğunu düşünüyorum. Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinlerini çevirirken çevirmenin tek bir metinde karşılaştığı onlarca kültüre özgü unsuru çevirebilmesi sadece kelimelerin kültürel karşılıklarını tespit etmeye bağlı olamaz. Örneğin, “Harem” bölümüne dair metinlerin çeviri sürecinde uygun yani işlevselliğe hizmet edecek çeviri kararları alırken çevirmenin Harem teşkilatının nasıl işlediği konusunda da bilgi sahibi olması ve bu unsurlarla yabancı turistin verilen bilgiyi kendi kültür dünyasında anlamlandırabileceği, yadırgamadan bağlama oturabileceği yabancı kültürün unsurlarıyla ilişkilendirebilmesi gerekmektedir. Mimar Sinan'ı ele alalım: Çoğu turizm metninde “Chief architect Sinan” olarak çevrilmekte ve erek okura Mimar Sinan'ın dünya mimarlık tarihindeki önemi ve Türk kültür toplumu için ifade ettiği anlam yabancı kültür toplumlarından gelen turistler için gelir geçer bilgi olarak dikkat çekmemektedir. Bu noktada devreye giren çevirmenin dünya bilgisi Sinan'ın dehasını aktarabilmek ve kültürel değerini geçirebilmek için aynı zamanda dünya mimarlık tarihi ile ilgili de bilgi sahibi olmasını gerektirir. Dünya bilgisi kavramı ile çeviri eylemine katılanların kültür seviyeleri, kültürel duyarlılığı ve *ötekinin* hayatını yaşayış tarzını anlamaları kast edilmektedir. Holz-Maenttaeri bu kavramı ‘dünyanın düşüncesinin anlaşılması’ olarak ifade eder ve çeviride kültürün önemini şu sözleriyle ifade eder:

“Yabancı bir kültürde ve yabancı bir formda yazılmış bir eserin anlaşılması, yalnızca onun dilinin anlaşılmasını değil, o dünyanın bir bütün olarak anlaşılmasını gerektirir ki bu da o dünyanın düşüncesinin anlaşılmasıdır” (Holz-Maenttaeri, 1984, akt. Tosun, 2017).

Çeviri Eylemi Kuramında çeviri sadece dilsel bir süreç değil, aynı zamanda kültürel ve toplumsal bir süreçtir. Çevirmen, işbirliği aracılığıyla metinleri amaca yönelik olacak şekilde üretirken ileti taşıyıcı olarak metnin yapılanmasında karşısına çıkan kültür engelleriyle yüzleşmek durumundadır. İşbirliği’yle sadece iletişimsel işbirliği ya da ortak üst amaç üzerine hem fikir olmak kast edilmez. Tosun (2017), metnin ileti taşıyıcı olarak işlevini yerine getirmesi için iletişimsel ve aynı zamanda aksiyonel işbirliğinden bahseder. Holz- Maenttaeri’ye göre, çeviri işi toplumsaldır. Çeviriye gereksinim duyan bir kişi ya da kurum, bir çevirmenle anlaşmaya varmak yani işbirliğine girmek durumundadır. Çevirinin toplumsal bir iş oluşu, çevirmeni bütün özellikleriyle kurama katan sosyolojik boyutudur. Çeviri, amacı olan bir eylem olması nedeniyle modern toplumlarda işbirliğini ve uzmanlaşmayı getirir. Ancak turizm metinleri üretirken çevirmenin faydalandığı dünya bilgisi, genel kültürü ve metin uzmanı olarak uzmanlığı tek başına çeviri sürecini tamamlaması konusunda yeterli olmayabilir. Düşünceme göre uzmanlaşma ifadesi ile çevirmenin uzmanlığı kadar, turizm çevirileri kapsam alanına giren belli başlı konularda ilgili uzmanların alan bilgisine başvurmak kastedilmektedir. Ulus olarak üzerinde yaşadığımız topraklar, bir diğer ifadeyle Anadolu toprakları coğrafi özellikleri, jeostratejik konumu ve tarihi geçmişi ile olağanüstü çeşitlilik içeren bir öneme sahiptir. Bu nedenle çevirmenin aynı anda çok fazla disiplinde uzmanlığı mümkün değildir. İşbirliğinin önemi de işte bu noktada ayrıca önem kazanmaktadır.

Çevirmen olmadan kültürlerarası iletişimde işlevsellik sağlanamaz. Bu nedenle çeviriye gereksinim duyulduğunda çevirmenler iş ortağı olarak işe alınırlar. Şöyle ki:

“Amaçladığımız kuram oluşumunda çeviri eylemi, toplumsal organizasyon içinde bir işlev üstlenir ve buradan yola çıkılarak işbirliği örneği olarak, amaçlı bir eylemdir. Metinler kültürlerarası iletişim için bir uzmanın katkısı olmaksızın işlevsel ya da akılcı bir biçimde üretilemeyeceklerinden, çevirmenler işbirliği partneri olarak kullanılırlar. Bu bakış açısı bizim kuramımız için temeldir, çünkü çeviriye duyulan gereksinimler, işbirliği

eyleminin iletişimsel yönlendirme süreçleri bağlamında ortaya çıkarlar” (Holz-Maenttaeri, 1984, akt. Tosun, 2017).

Çeviri sürecinde erek metnin oluşma sürecinde çevirmenin paydaşlarıyla işbirliği içinde olması gerekir. Paydaşlarıyla kurduğu amaçlı işbirliği çevirmenin çeviri sürecinde stratejilerini belirlemesini sağlar (Tosun, 2017). Çeviriye gereksinim duyan yani başlatan, gereksinimi karşılamak amacıyla çeviriyi ısmarlayan, kaynak metni üreten, çevirmen, uzman, editor ve alımlayan çeviri eyleminin paydaşlarıdır Tablo 2.1’de Maenttaeri’nin çeviri eyleminde işbirliği yapan paydaşları görülebilir.

Tablo 2.1 Maenttaeri’nin işbirliği yaklaşımı (Munday, 2010).

İşi başlatan (çeviriyi başlatan – <i>initiator</i>)	Çeviri işine ihtiyaç duyan şirket veya birey.
Komisyoncu (iş/çeviriyi ısmarlayan – <i>bestseller</i>)	Çevirmenle bağlantıya geçen kişi/kişiler.
Kaynak metnin üreticisi, yazarı (<i>ausgangstext</i> <i>texter</i>)	Çeviri metnin üretiminde rol oynaması gerekmez. Ancak pasif de olsa bir rolü olabilir.
Erek metnin üreticisi, çevirmen (<i>translator</i>)	Çeviriyi yapan kişi ya da kişiler.
Erek metnin kullanıcısı (<i>zieltext</i> <i>applikators</i>)	Erek metni kullanan kişi.
Erek metnin alıcısı (<i>zieltext</i> <i>rezipient</i>)	Erek metnin son alıcısı.

Paydaşların kendilerine özgü amaçları, işleri, sorumlulukları, beklentileri, sosyo-kültürel kimlikleri ve durumları vardır. Holz-Maenttaeri, çeviri sürecinin işleyişini ve çeviri eylemine katılanları eylem çerçevesi olarak belirler. Holz-Maenttaeri, çeviriyi başlatanın, eylem çerçevesindeki tüm eylem yapılarını kapsadığını belirtir:

“Çeviri eylemi, çeviriyi başlatanın iletişimsel eyleminin bir parçası değildir. Çeviri eyleminin ürünü olan erek metin, iletişim eyleminde yalnızca araç olarak ortaya konur. Kaynak metin üreteni de ürünü üreten özelliğiyle çeviriyi başlatan olarak görülebilir. Çeviri başlatıcısı, eylem çerçevesinin tüm eylem yapılarını kapsar ve genel amaç en üst yönlendirme unsurudur. Bu yapı sayesinde çeviri eylemi, kendi değerini bulur ve bir duruma özgü dayanak noktası oluşturur” (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 107, akt. Tosun, 2017).

İşbirliğinde bulunanlar, erek metnin kendi kültüründe üretimi ve işlevselliği olan üst amaca ulaşmak için eylemde bulunurlar. Erek metnin işlevselliği ön planda olduğu için

kendi koşullarında oluşan kaynak metin ve erek metin arasında normatif bir eşdeğerlik aranmaz (Koller, 1981, akt. Tosun, 2017). Holz-Maenttaeri'ye göre paydaşlar arasında en önemli kademedede, kendi amaçları için bir metne gereksinim duyarak çeviriyi başlatan kişi ya da kurum yer almaktadır. Çeviriyi başlatanın gereksinin duyduğu ileti eylemin başlangıç noktası olarak değerlendirilebilir. Ancak bu iletinin kültürlerarası olarak metinleştirilmesi işlevsel kaynak metinlerin yazılması meselesini de akla getirmektedir. Her ne kadar kaynak metin ile erek metin arasında normatif bir eşdeğerlik aranmasa da kişisel olarak, turizm sektöründeki kaynak metinlerin işleve yönelik yazılmadıkları düşünüyorum. Metin talebini takip eden ikinci adım kaynak metnin yazılması olarak değerlendirilebilir. Turizm sektöründe kaleme alınan metinlerin işlevselliğinin gözetilmesi, turizm çevirilerinde çevirmenin ağır sorumluluğu olarak değerlendirilebilecek eviri kararları alma sürecinde yardımcı olacak ve daha işlevsel çeviriler üretmesi konusunda nn açacaktır. Yerli turistin ve yabancı turistin ilgi duyduğu, merak ettiği konular ya da ekonomik gücü çerçevesinde tüketim yapacağı alanlar yabancı turistlerin durumuyla birebir aynı olmayabilir. Ancak turizm metinlerinin evrensel bilince seslenen, kültürlerarası metinler olduğu ve medeniyetleri buluşturan kültür köprüsü vazifesi üstlendikleri düşünülecek olursa kaynak ve erek metnin birbirinden çok farklı gerçekliklerden ve çok farklı cephelerinden bahsetmesi söz konusu değildir. zet olarak ifade edecek olursam, kaynak metnin kalitesinin yani işlevselliğinin sağlanması çok önemlidir ve erek metnin oluşumundan önce kalite kontrolünün yapılması gerekmektedir. Çeviri sürecinde çeviriyi başlatanın gerekli gördüğü ileti kültürlerarası olarak metinleştirilmek zorundadır. Çeviriyi ısmarlayan, uzman kişi konumundaki çevirmene çevirinin kullanım durumları hakkında gerekli bilgilendirmeyi yaparak işlevine uygun kültürlerarası bir metin ısmarlar. Çevirmen, gerekli gördüğünde konunun uzmanlarıyla ortak çalışarak kültürlerarası iletişim doğrultusunda erek metni üretir. Çevirmen eviri eylemi bütününde erek metinden sorumlu kişidir. Ancak evirmenin uzmanlık bilgisi işlev belirlemede yeterli olmayabileceği gibi tek başına sorumluluk üstlenmesi ve eviri eyleminin bütününü kontrol altında tutması mümkün değildir. Alan bilgisine dayanarak erek metnin işlevlerini belirlemek çevirmenin sorumluluğudur. Ancak diğer paydaşların yani erek metinden yararlananların ve erek metin okurunun da eviri eyleminde evirmeninkine denk sorumluluğu vardır. Çeviri eylemi sürecinde, çeviriyi başlatan kendi eylem amacından ve genel amaçtan hareketle sırasıyla diğer eylem

amaçlarını birbirleriyle ilişkilendirir. Farklı eylemlerin ilişkisini anlamak çeviriyi başlatanın ve daha sonra çevirmenin sorumluluğu olarak görülür. Tosun’a (Tosun, 2017) göre amaç ve işlev belirlemede kimin rolünün daha ağırlıklı olduğu durumdan duruma değişiklik gösterebilir. Tüm paydaşlar, çeviri eylemi kuramının temeli olan genel amaca yönelerek bir üst amaç etrafında birleşirler. Çeviri eylemine katılanların üst amaç etrafında birleşmekle birlikte her katılımcının kendine göre farklı bir amacı vardır. Farklı kültürden gelen turist konumundaki okur ya da Holz-Maenttaeri’nin deyiimiyle alımlayan da kendi amacına hizmet etmeye koşullanmıştır. Kaynak metni üretenin, çevirmenin ve alımlayanın amaçları birbirinden farklıdır. Alımlayan farklı bir kültürdendir ve çeviriyi farklı bir bilinç yapısıyla okur. Çeviri süreci boyunca bireysel farklılıkları göz önünde bulunduran çevirmen kaynak metni erek kültürde yeniden oluşturur. Bu nokta da çevirmenin kültürel yaklaşımı önem kazanır. Holz-Maenttaeri, çeviri sürecindeki kültürel yaklaşımın önemini aşağıdaki sözleriyle vurgular:

“Eğer çevirmen kaynak metne bağlı kalır da, bilgisayar gibi sırf kaynak metnin dilsel öğelerine yerleştirirse o zaman, çoğu kez işlevine uygun ileti taşıyıcı üretmeye dikkat etmemiş olur. Çeviri kuramı bu tür çevirileri, ham çeviri ya da özel durumlar olarak görür, bunlar bilişsel olarak yeniden ele alınmalı ve işlenmelidirler” (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 75, akt. Tosun, 2017).

Holz-Maenttaeri, metnin alımlama bağlamı içinde değerlendirilmesi gerektiğini ileri sürer. Sonuç olarak çeviri eylemi kültürel bir iletişimdir ve kültürel bağlamda sistemlerde değişime neden olan toplumsal bir olaydır. Bu yönüyle işbirliğini gerektirir. Amaç ve işlevi kuramın merkezine yerleştiren Holz-Maenttaeri çeviri eylemini sistemsel ve buna bağlı olarak planlanabilir bir eylem olarak görür. “Yapı ve İşlev Çözümlemesi” yöntemiyle çeviri sürecini planlı bir eylem olarak yönlendiren Holz-Manttari, çeviri eyleminin işleyişinin planlanabileceğini söyler (Tosun, 2017).

Holz-Maenttaeri’nin yöntem arayışı çeviriye belli kurallarla planlı bir eylem olarak yön verebilmektir. Yapı ve İşlev Çözümleme yönteminde temel olarak belirli sorularla çevirmenin çeviri sürecini yönetmesi kast edilir. Kuram alanında göreceli, betimleyici ve işlevsel yaklaşımlar benimseyen Holz-Maenttaeri’nin önerdiği yöntem işlevsel olmayan normatif bir yöntemdir. (Tosun, 2017). Tosun’a göre, Holz-Maenttaeri’ nin öngördüğü çeviri sürecinin planlanabilirliği çevirmenin karar verme süreci açısından ele alınması koşuluyla eylemin işlevselliğine hizmet etmesi sağlanabilir. Tosun, “Çevirmenin somut

bireysel çeviri sürecini yöntem ve teknik olarak planlamasıyla, çeviri sürecinin kuramsal anlamda planlanabilirliği ve kurallarla yönlendirebilirliğinin farklı şekillerde ele alınması ve algılanması gerektiğini” ifade eder (Tosun, 2017, s. 153).

Holz-Maenttaeri geliştirdiği “Yapı ve İşlev Çözümlemesi” yönteminin temeli Laswell soru zincirine dayanır (Lasswell, 1964, akt. Tosun, 2017). “Laswell Formu” denen soru zinciri çeviri amaçlı metin çözümlemesinde Reiss tarafından da kullanılmıştır. Mentrup’un “W soru zinciri”, Holz-Maenttaeri’nin çeviri yöntemi geliştirmek için faydalandığı diğer bir çözümleme yöntemidir. Holz-Maenttaeri, “Kim, ne zaman, nerede, neden, nasıl, kim için, hangi etkiyle” sorularını içeren soru zincirini parçalardan bütünselliği yakalamak ve ilişkileri tespit etmek için kullanır. Turizm çevirileri üzerinden ilerlersek çeviri çözümlemesinde çeviri süreci; ısmarlama, durumlar, anlaşmalar, metin özellikleri, eylem rolleri gibi ilk başta birbirinden bağımsız gibi gözüken fakat bütünden birer kesit oluşturan parçalara ayrılır. Parçalama işlemi, geneli bütün olarak görme süreci olarak değerlendirilebilir. Çeviri eylemi için temel soru olan, “Kim, işlevsel olarak ne yapıyor?” sorularını, “Ne zaman, nerede, ne için, ne amaçla, nasıl?” soruları izler. Holz-Maenttaeri’nin yönteminde önemli olan metnin dilsel yapısını çözümlemek değil metnin söylemek istediğini anlamaktır. “Söylenmek istenenler” ifadesinin altını özellikle çizmek istiyorum. Turizm sektöründe turiste hangi bilgiyi verdiğinizden daha ziyade hangi mesajı verdiğiniz, mesajı iletirken çeviri eylemini başlatanların arzusu doğrultusunda hareket edip etmediğiniz, iletiyi hangi durum bağlamında gönderdiğiniz; ne zaman ve nerede verdiğiniz ve hatta iletiyi nasıl sunduğunuz önem taşımaktadır. Çeviri eylemi sürecinde çevirmenin hiçbir etki altında kalmadan, kararlarını tarafsız bir yaklaşımla vermesi gerekir. Holz-Maenttaeri’ nin yöntemi, çevirmenin çeviri eylemine etki edebilecek tüm etkenleri dikkate almasını sağlar. Çeviri eylemini oluşturan parçaları bir bütün olarak üstten görebilmek, müzelerdeki tanıtım ve bilgilendirme panolarında verilen bilgiyi değil, aynı zamanda bu panoların nerede, ne şekilde, hangi biçimlerde konumlandırılacağına ilişkin soruların da cevaplandırılmasını gerektirir.

Holz-Maenttaeri’ nin yapı ve işlev çözümlemesi yönteminin amacı kaynak metni erek metin ve onun kültürü için çözümlemektir. Yapı ve işlev çözümlemesi yönteminde, çevirmenin eylem planında önce çözümleme nesnesi saptanır. Daha sonraki adımlar sırayla, saptamanın; yapı ögesi olarak kendi işlev ve yapı tarzında betimlenmesi, temellendirileceği dayanak etkenine göre ayarlanması, dayanak etkeni açısından

işlevselliğinin yargılanması, durumdaki dayanak etkeni açısından erek metin ve kaynak metinle ilişkisinin değerlendirilmesi ve son olarak öngörülen önlemler için bir özet ya da sonuç çıkartılmasıdır. Holz-Maenttaeri'nin altı basamaklı eylem planında çevirmen, işverenle uyum içinde çalışan bir uzmandır. Çevirmenin amacı, yayınevinin amacıyla bütünleşmiştir. Çevirinin işlevi değerlendirilirken göz önüne alınması gereken birçok unsur vardır. Çeviri eyleminde paydaşlar, süreçte öngörülemeyen durumları kontrol altına almak için birlikte çalışmalıdır. Tosun, durumların amaç bağlamında değişikliğe neden olabileceğini ifade eder:

“Çevirmenin iş hayatındaki zaman kısıtlılığı, bağlı olduğu koşullar ve insanlar, metnin ve kendi amacının yanında ya da bu amaçların üstünde işinin, işverenin amacının yer alması, piyasa koşulları, metnin daha ilgi çekici kılınması gibi konulardaki zorunluluklar, amaç bağlamında değişikliklere yol açabilmektedir. Okur kitlesinin beklenti ve amaçları da buna dahildir” (Tosun, 2017).

Holz-Maenttaeri'ye göre çevirmenin sorumluluğu kaynak metnin yazarının sorumluluğundan daha ağırdır. Kuşkusuz çevirmenin rolü hafife alınamaz. Ancak turizm metinleri üreten kaynak metin yazarlarının sorumluluğunun çevirmeninkine denk olduğu kanaatindeyim. Turizm metinlerini yazan kişilerin konularında uzman kişiler olmaları yetmez. Turizm metinlerinin işlevselliği konusunda bilinçli, iletişim stratejilerinden haberdar ve kaleme aldıkları turizm metinlerinin toplumsal işbirliği ve uzmanlık gerektiren çetrefilli bir çeviri eyleminin ilk adımlarından olduğunun farkında olmaları gerekir. Kuşkusuz metin uzmanı olarak çevirmen, metnin yapısından ve işlevinden sorumludur. Kaynak metnin kendi durumunda işlevine uygun olup olmadığının tespiti de çoğu zaman çevirmen tarafından yapılmaktadır. Kaynak kültür için bile anlaşılması zor bir metni erek kültür için anlaşılır kılmak, çevirmenin yalnızca metin uzmanlığını değil aynı zamanda dünya bilgisini de gerektirir.

Holz-Maenttaeri, çevirinin çözümleyici, birleştirici, değerlendirici ve yaratıcı bir eylem olmasından hareket ederek çevirmen için çeviri sürecinde gerçekleşen metin işlemleri için bazı ölçütler ileri sürer. Çevirmenin çözümleyici olması demek yapıları işlevleri doğrultusunda ele alması ve çevrilecek metin için kendi kültür bilgisine ve uzmanlığına dayanarak doğru kararlar almasıdır. Birleştirici ölçütünde çevirmen, metnin parça öğelerini yöntemsel bir üst bakışla metnin bütünlüğünde birleştirmek zorundadır.

Değerlendirici ölçüt, çevirmenin çeviri süreci boyunca kararlar alabilmesi ve yargılara varabilmesi ile ilgilidir. Sadece doğru kararlar almak değil aynı zamanda yanlış kararlardan sakınmak ve yanlışları önlemek de çevirmenin görevlerindendir. Çevirmen, süreç boyunca kararlarını ve kararların sonuçlarını değerlendirebilmelidir. Çözümleyici, birleştirici ve değerlendirici eylemlerden sonra çevirmenin yaratıcı eylemi gelir. Yaratı eyleminde iletişimin gerekliliğine inanan çevirmenin hayal gücünü kullanarak metinle ilgili derin bilgilerine ulaşması, kendi dünya bilgisi ve alana dair bilgisini güncel tutması ve bilgiyi metne yansıtabilmesi beklenir (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 119-120, akt. Tosun, 2017). Metinle ilgili derin bilgilere ulaşma, turizm çevirisi yapan çevirmenlerin en zorlu mücadelesi olarak değerlendirilebilir. Anadili İngilizce olan sayısız turist grubunu Topkapı Sarayı Müzesi'nde gezdirdiğim turlarda turistin en az ilgilendiği konular arasında kompleksin hangi tarihler arasında ve kim tarafından yapıldığı, belli dönemlerde sarayda kaç kişinin yaşadığı, ne zaman müzeye dönüştürüldüğü, vb. konuların yer aldığını gözlemledim. Sarayın özelliklerinden hareketle Türk insanının güzel olana, estetiğe olan düşkünlüğü, tevazu anlayışı, doğayla uyumlu olma arzusu, bilgiye ve biriktirmeye olan ilgisi, meraklı karakteri, ahlakı ve dünya görüşü gibi konularda ilişkilendirmeler yaparak, bağlantılar kurarak nasıl olupta dünya tarihinde göçebe kültürden gelmesine rağmen bir dünya imparatorluğu kuran tek ulusun Türkler olduğunu ve bu benzersiz kültürün en can alıcı temsillerinden biri olarak Topkapı Sarayının öne çıktığını anlatabilmek şüphesiz dünya bilgisi ve metinlerle ilgili derin bilgileri toplumsal bellekten çekip çıkartmayı gerektirir. Kanımca turizm metinleri söz konusu olduğunda hem kaynak metin yazarının hem de çevirmenin, ileti turistlere sunulmadan önce metinlerde gizli derin bilgiyi bilinç üstüne çıkarmalı ve yetersiz kaldığını düşünüyorsa ihtiyaç duyduğu bilgiye ulaşmanın yollarını araştırmalıdır.

Çevirmenliğin uzmanlık gerektiren bir meslek olduğunun altını çizen Maenttaeri için çevirmen üreten kişi olarak erek metinden sorumludur. Ancak çevirmen sadece çeviri olarak metinleri üreten kişi değildir. İhtiyaçlarını karşılayacağı partnerleriyle çeviri süreci boyunca ilişki içinde olmak zorundadır. Holz-Maenttaeri, çevirmenin uzmanlık gerektiren bir iş yaptığını değişik bir örnek vererek açıklar:

“Bir makine parçası almaya giden ve bu parçaya gereksinim duyan kişi, uzmandan parçayı isterken ne için kullanacağını söyler, ne gibi özellikleri istediğini anlatır. Kullanma amacını belirtir. Uzman olan kişi, onun istek ve

amacını karşılayacak bir parça verir. Parçayı ısmarlayan kişi hiçbir zaman malı kendi üretmek zorunda değildir. Parçayı ısmarlayanın yalnızca, kendisinin neye ihtiyacı olduğunu, malın kontrolünü ve alış verişini bilmesi onun için yeterlidir. Çevirmen aynı şekilde bir uzmandır. Çevirmen yalnızca çeviri olarak metinleri üretemez, aksine ihtiyaçlarını karşılayacağı partnerleriyle ilişki içinde olmak zorundadır” (Holz-Maenttaeri, 1984, akt. Tosun, 2017).

Holz-Maenttaeri’ye göre çevirmenin ilk sorumluluğu ileti taşıyıcı olarak hangi metnin kullanılacağı ve metnin işlevselliği üzerine düşünmek olmalıdır. Çevirmen, çeviri süreci boyunca işbirliği içinde olduğu diğer paydaşlarla temas halinde olmalı, gereken bilgilendirmeyi yapmalı ve bazı durumlarda çeviri sürecini tartışabilmelidir. Bu bağlamda turizm çevirileri yapan çevirmen, işverenle çeviride hangi işlevlerin ön plana çıkartılacağı, erek okurun kim olduğu, ağırlıklı olarak hangi dil kültüründen toplumlara seslenildiği, okur ile metin arasındaki mesafenin hangi düzeyde tutulması gerektiği, tanıtım metnlerinin nerelerde, hangi biçimlerde ve en önemlisi hangi ortak üst amaç doğrultusunda bu metinlerin üretileceği konularında iletişimde olması büyük bir önem taşımaktadır. Turizm çeviri yapan çevirmenin işverene soracağı birçok sorusu vardır. Bu doğrultuda işverenin çeviri işini ısmarlarken çevirmeni, çeviri kararlarına etki edecek her konuda bilgilendirmesi gereklidir. Çeviri işi tamamlandığında son okumaların sadece alan uzmanlarına ya da editörlere değil, aynı zamanda anadili İngilizce olan kişilere yaptırılması ve metinlerin işlevselliklerinin ve netice itibarıyla kalitelerinin kontrolünün yapılması başarılı turizm çevirisi üretme unsurlarından biri olarak kabul edilebilir. Sonuç olarak çevirmen çeviri işinde yalnız değildir ve sorumluluğu işbirliği içinde olduğu diğer paydaşlarla ortak taşır (Holz-Maenttaeri, 1984, akt. Tosun, 2017). Bu noktada çevirmen kaynak metnin eksiklerine işaret edebilir. Hatta kaynak metnin yeniden kaleme alınması gerektiği yönünde telkinlerde bulunabilir kanaatindeyim.

Holz-Maenttaeri’nin Çeviri Eylemi kuramı çeviribilime büyük katkılar sağlamış işlevsel çeviribilim paradigmasının öne çıkan kuramlarındandır. Çeviri kuramlarının geçmişine bakıldığında, çeviribilim alanında dilbilimin ağırlıklı olduğu dönemler görülür. Holz-Maenttaeri dil kuramının daha önceki kuramsal yaklaşımlarda yer alması ve metinlerin çevirisi için gerekli ön koşul olması nedeniyle dil unsurunun üzerinde durmaz. Dilsel çözümleme zaten çevirinin doğası gereği çeviri sürecinin kaçınılmaz bir

evresidir. Arı (2016) da çeviri için önce dilsel çözümlemeye gerek olduğunu şu sözleriyle ifade eder:

“İster Saussurecü yapısal dilbilim olsun, ister metinsel dilbilim olsun, ister de anlambilim ya da edimbilimde olsun, sonuçta bir dilbilimsel anlayışın çeviri alanındaki hakimiyetinden söz edebiliriz. Bu hakimiyetin meşru nedeni, çevirilerin metinler üzerinden yapılması ve dilsel çözümlemenin çeviri için önkoşul olmasıdır. Çeviri her halükarda metinle çalışmadır ve metni oluşturan öğeler her halükarda dilbilimseldir” (Arı, 2016).

Dilbilimsel ve metne yönelik yaklaşımların, “söz eylem kuramı” ya da “edimbilim” kuramının etkisiyle çeviribilime yansması, metinsel yapılarla sınırlı çeviribilimden çeviri eylemine yönelen işlevsel çeviribilime geçiştir (Tosun, 2017). Bu süreçte metin dilbilimsel yaklaşımın yanında yorumbilimsel bakış açıları ve son olarak okur odaklı metin anlama kuramları yer alır. Tüm kuramsal yaklaşımların ortak noktası çeviri sürecini işbirliği gerektiren toplumsal bir eylem olarak ele almaları ve çevirmeni de toplumsal işbirliğinin paydaşlarından biri olarak görmeleridir. Holz-Maenttaeri’nin Çeviri Eylemi kuramı, Vermeer’in Skopos kuramı, Vermeer/Reiss’in Bilgi Sunumu ve Aktarım kuramı, Toury’nin Betimleyicilik kuramı, Hönig’in Makro ve Mikro Stratejiler kuramı ve Wilss’in Bilişim kuramları bir bütün olarak değerlendirildiğinde çeviri eylemi temelinde genel bir çeviri kuramından bahsedilebilir (Tosun, 2017). İşlevin önceliği ilkesinde birleşen erek odaklı kuramlar işlevsel çeviribilim kuramları olarak adlandırılabilirler. Vermeer’e göre işlevsel çeviribilim kuramlarından Çeviri Eylemi Kuramı, çeviri eylemini kültür boyutuyla birlikte çevirinin kendi gerçekliğinde ve koşullarında en kapsamlı şekilde ele alan kuramdır (Vermeer, 1992, akt. Tosun, 2017).

Kuram, çeviri olgusunun sosyal yönüne dikkat çekerken çevirmenin sorumluluğunun kapsam alanına da çerçeve çizer. Tosun (2017), Holz-Maenttaeri’nin çeviri eylemi kuramıyla çeviri eylemine ve metinlerin konumlarına getirdiği yeni yaklaşımı çeviribilim için devrim niteliğinde görür.

Çeviri Eylemi Kuramıyla çeviri, dil aktarımı olarak değil bir insan eylemi olarak görülür. Amaçlı bir eylem gerçekleştiren çevirmen, toplumsal sorumluluğu olan bir metin uzmanı konumundadır. İşverenin ve çeviriye gereksinim duyanların amaçları gözetilerek metnin amacı ve işlevi çevirmen tarafından saptanır. Erek kültür odaklı çeviri eylemi, toplumsal işbirliği sayesinde gerçekleşir. Çevirinin erek kültürdeki işlevi önceliklidir ve

kaynak metinden, erek kültürde farklı işlevlere sahip bir erek metin yaratılır. Çeviri eyleminde çeviri, kendi koşullarında gerçekleşen, dolaylı ve kültürlerarası bir iletişimdir. Tosun’a göre, erek metnin erek kültürde göreceği işlev söz konusu olduğunda çeviriyi amaçlı bir insan eylemi olarak gören işlevsel çeviri yaklaşımları geçerliliğini koruyacaktır:

“Çeviribilim tarihinin çeviribilimin doğasından çıkmış ilk ve belki de en önemli paradigması olan işlevsel çeviribilim paradigması ve bu paradigmanın kuramı olan çeviri eylemi kuramı, yeni kuramsal yaklaşımlarla iddiası çürütülmüş bir bilimsel bakış açısı olarak nitelenemez” (Tosun, 2017).

Çeviri bağlamında Holz-Maenttaeri, çevirmene yüklediği toplumsal işbirliği görevi ile diğer kuramcılardan ayrılır. Maenttaeri, kuramının bu özelliğiyle aktif ve sistemli bir kuram haline geldiğini ve bu yönüyle diğer kuramcılardan ayrıldığını ifade eder. Birey ancak çeviri eylemi sayesinde kültürel engelleri ve bağlı olduğu dizgenin ötesine geçebilir (Holz-Maenttaeri, 1984, s. 5, akt. Tosun, 2017). Maenttaeri’nin çeviri süreci sadece metinlerin çevrilmesiyle ilgilenmeyerek çok kapsamlı bir kuram haline gelir. Kuram, çeviri ile ilgili bütün görüngüleri ele alır. Bireyin toplumla işbirliği içinde olduğunu ve toplumun kültürel olarak eyleme katıldığını öne sürerek çevirinin kültürel ve tarihsel boyutuna dikkat çeker. Çeviri eylemini gerçekleştiren birey olarak çevirmen, eylem odaklı çeviri kuramının merkezinde yer alır ve tüm toplumu yani içinde bulunduğu kültürü işbirliğine davet eder. Çeviribilim alanında 1980’lerde başlayan eylem kuramsal kültürel yaklaşım, yerini ‘yorum odaklı kültür kuramı’na bırakmıştır. Ancak işlevsel çeviribilim paradigmasının en önemli kuramlarından sayılan Çeviri Eylemi kuramının çevirmen tanımına getirdiği yeni çerçeve, çeviribilime kazandırdığı işbirliği kavramı ve kültür odaklı yaklaşımı ile çeviribilim tarihindeki önemi yadsınamaz.

2.2. KÜLTÜREL SEMBOLLER KURAMI

Çevirinin kültürlerarası iletişim olarak kabul edildiği günümüzde kültürler çeviri aracılığıyla birbirlerini etkilemektedirler. Çeviribilimin özerk bir disiplin olarak tanınmasından önce çeviri, dilbilimin çatısı altında ele alınan ve sadece dilsel aktarıma hizmet eden bir olgu olarak görülüyordu. Yakın zamanlara kadar dilbilimin bir alt kolu olarak görülen çeviri, 60'lı ve 70'li yıllarda bilimsel bir disiplin olarak değerlendirilmeye başlanmıştır. Luhmann'ın sosyal sistem kuramında iletişimi, sosyal sistemlerin merkezine oturtmasıyla dil ve sosyal bilimler arasındaki ilişki farklı bir bakış açısıyla ele alınmaya başlamıştır (Luhmann, 1991, akt. Arı, 2016). Bu süreçte dil ve dünyayı ilgilendiren konuların bir bütün olarak sosyal bilimlerin çatısı altında toplanmaya başladığı söylenebilir. Sosyal bilimler alanında yapılan disiplinlerarası çalışmaların verilerinin tüm bilim dallarını ilgilendirmesi neticesinde sosyal bilimler kültürü, ruhsal yönü ve dil alanını kapsam alanına taşımıştır. Bilimsel inceleme açısından ise sosyal bilimler, “kültür bilimleri” ve “filoloji bilimleri” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dilbilimsel dönüşüm (Linguistic turn) sosyal bilimlerin doğasını yapısal ve dizgesel bir ilişkiye geri götürmüş ve bu ilişki içinde somut kültürel ve sosyal bağlam izole edilmiştir (Arı, 2016). Filoloji alanında, metinlerin dilbilimsel ve yapısal açıdan ele alınması filolojik yaklaşımların, kültürlerarasılığın doğasını ve kültürlerarası iletişimi açıklamada yetersiz kalmıştır. Metinlerin dil aracılığıyla sosyal yaşamı ve kültürü yansıttığı gerçeğinin kabulü yorumbilim (hermeneutic) alanında ve daha sonra dilbilim alanında farklı yaklaşımların benimsenmesine neden olmuştur (Arı, 2016). Dilbilimcilerin disiplinlerarası çalışmaya yönelerek, sosyal ve kültürel yaklaşımları kuramsal alana dahil etmeleriyle birlikte, dil ve dünya bir bütün olarak sosyal bilimlerin inceleme konusuna dönüşmüştür. Metinlerde yansıtılan yaşam ve olaylar, dilsel anlamlarının ötesine geçerek, kültürlerin birbiriyle tanışması ve etkileşimi olarak açıklanmıştır. Felsefeciler ve sosyologlar dünyayı dilbilimsel ve özellikle yorumbilimsel (hermeneutic) verilerle açıklamaya çalışırken, dilbilimciler ve çeviribilimciler metinlerin doğasını sosyolojik ve kültürel verilerle açıklamaya çalışarak yeni bir bakış açısı sunmuşlardır. Yeni görüşün dil eğitimine kültürlerarası yaklaşım olarak yansmasıyla dil eğitiminde dilin kültürel kimlikler olarak öğretilmesi öne çıkmıştır. Dil eğitimi yabancı bir dilin öğretilmesinden ziyade yabancı bir kültürün öğretilmesi olarak algılanmıştır. Yabancı bir dili öğrenmek,

aynı zamanda yabancı bir kültürü öğrenmek ve kendi kültürüyle karşılaştırmaktır. Bu dönüşüme çeviri açısından baktığımızda, metinlerin dilsel dönüşümü, yalnızca filolojik bir ilişki değil, kültürel ve sosyal bir ilişki ve etkileşim olarak karşımıza çıkar. Çeviriyi yalnızca dilsel bir aktarım ve ilişki kurma olarak algılayan bakış açısı yerini çevirinin toplumsal ve kültürel bağlam olarak değerlendirildiği bakış açısına bırakır. Böylece sosyo-kültürel etkileşim çeviri araştırmaları için öne çıkan bakış açısına dönüşür. Bu bağlamda çeviri “kültürel bir dünyanın başka bir kültürel dünyaya yolculuk yapması” (Arı, 2016) olarak tanımlanabilir. Metinlerde aktarılan yaşamlar ve olaylar dil boyutunun ötesinde kültürlerin birbirleriyle tanışması ve etkileşimi olarak değerlendirilir. Bu noktada çeviribilimciler, metinleri yorumbilim kuramının ötesinde sosyo-kültürel açıdan değerlendirmelerine imkan tanıyan bir bakış açısı kazanmıştır. Çevirinin özgün süreçlere tabi olduğu ve dilbilimsel araştırmalardan daha farklı kuram ve yöntemlere gereksinim duyduğu anlaşılmış; çevirinin kültürlerarasılığı farkına varılmış ve çeviribilim araştırmaları dilbilimsel araştırmalardan kopmaya başlamıştır. Daha önce dilbilim alanında yapılan çeviri araştırmalarında yeri olmayan kültür, erek okur ve çevirmen ayrı bir önem kazanmıştır.

Kültürbilimde yüzeysel incelemelerden anlam odaklı incelemelere geçilmesi yeni bilimsel bakış açısının oluşmasında önemli bir rol oynamıştır. Yeni bakış açısı kültürel yaşamın işlevlerinden ziyade kültürel sistem ve sembollerin anlamıyla ilgilenir; kültürel ilişki ve toplumsal yapıları çözümler (Arı, 2016). Kültürel anlam ve semboller bir kültürün anlaşılması, kültür toplumlarının çözümlenmesi ve kültürlerarası etkileşimin sağlanması açısından çok değerli göstergelerdir. Bu noktada kültür anlamların ve kültürel kodların bir üretimi olarak ele alınabilir. Bachmann-Medick için insan kendi anlamlarını üreten bir varlıktır ve kültür insanın ürettiği anlamlar örgüsüdür (Bachmann-Medick, 2010, s. 65, akt. Arı, 2016).

Kültürbilim’de yaşanan dönüşümleri temel olarak ‘dilbilimsel dönüşüm’ (linguistical turn), ‘edimsel dönüşüm’ (interpretive turn) ve ‘sömürecilik sonrası dönüşüm’ (post colonial turn) olmak üzere üç ana başlık altında toplayabiliriz. Kültürel dönüşümün merkezine yerleşen dilbilimsel dönüşüm sürecinde dilbilimsel yaklaşımlar yerlerini kültür, yaşam dünyası, tarih ve eylem odaklı yaklaşımlara bırakmıştır. Kültürbilim’de gözlemlenen diğer dönüşüm, odak noktası olarak metnin ve anlamının yerini, tasarım ve edimsel uygulamaya bıraktığı ‘edimsel dönüşüm’ olarak adlandırılmaktadır. Metni

dinamikleştiren edimsel dönüşüm sayesinde daha önce dikkate alınmayan hususlar metin sıfatıyla kültür bağlamında rol üstlenmiştir. Yorumsal dönüşümden (interpretive turn) edimsel dönüşüme doğru geçiş sürecinde önemlilik (materyalite), kültür dinamiği, durum koşulları ve diyalog unsurları yanı sıra sözlü olmayan eylem boyutları da önem kazanmıştır (Bachman-Medich, 2010, akt. Şimşek, 2013). Kültürbilimin diğer dönüşümlerinden biri de sömürgecilik sonrası (post colonial) dönüşümdür. Sömürgecilik sonrası dönüşümde temel yaklaşım kültürel farklılıkların tanınması ve temel fikirlerin sorgulanması ve bu sayede kültürbilimin kendi düşüncelerini sorgulamasıdır. Bu temel prensip sayesinde “batı akılcılığının egemenlik söyleminin tüm dünyaya yayılmasını sağlayan epistemolojik hakimiyet ve dikotomik bilgi sunumu” mercek altına yatırılmış ve kültürbilimde bir kırılma noktası yaşanmıştır (Şimşek, 2013). Bu bağlamda kültürbilimin çerçevesi genişlemiş, kültürel ve transkültürel bir kimlik kazanmış ve Avrupa merkezli evrenselleşme iddiasının yeniden gözden geçirilmesine neden olmuştur. Bachmann-Medick (2010, s. 40-41, akt. Şimşek, 2013), sömürgecilik sonrası dönüşümü çevirisel dönüşüme (translational turn) zemin hazırlayan önemli bir unsur olarak değerlendirir. Dönüşüm sürecinde batı dünyasında yaşanan toplumsal sorunlar göze çarparken, bu sorunların çözümünde farklı yollara gidilmeye başlanmıştır. Avrupa ve Amerika’nın sömürgeleştirdiği ülkelerden aldıkları göçler yaşanan toplumsal sorunların niteliğine etki etmiş ve çok farklı alanlarda sömürgecilik sonrası kuramlar ortaya atılmıştır (Şimşek, 2013).

Cassirer (2011, akt. Arı, 2016), Immanuel Kant’ın dünya kavrayışında akla yüklediği merkez rolü kültüre ve kültürel sembollere yükler. Cassirer, aklın yerine “sembol” kavramını yerleştirerek, Kant’ın akıl felsefesini aşmayı başarmıştır. Semboller insanın bireysel aklına değil, kolektif kültüre aittirler. Cassirer’in kuramında insan, doğayla ilişkisinde dolaysız bir ilişki yerine semboller dünyası üzerinden dolaylı bir ilişki kurmaktadır. Semboller dünyası, bireyin doğayla ilişkisinin ve doğayı yorumlamasının bireysel olmayıp, toplumsal semboller aracılığıyla kurulduğu anlamına gelir. Cassirer’in düşüncesine katılan Bourdieu (1974, akt. Arı, 2016), aklın dünyayı kavrayıştaki üstünlüğünü eleştirir. Bourdieu, Kant’ın “aklın eleştirisi” dediği şeye, aklın doğa bilimlerinde oynadığı role eleştiri getirerek karşı çıkar. Kant’ın “salt aklın eleştirisi” sloganına karşı Bourdieu, “teorik aklın eleştirisi” şeklinde bir karşılık verir. Bourdieu, toplumdan ve toplumsal sembollerden bağımsız bir soyut aklı kabul etmez. Bourdieu’nün

eleştirisi yalnızca doğa bilimlerine değil, bilimsel gözlemlerini toplumsal yaşam pratiğinden, kültürel sembollerden bağımsız gerçekleştirdiğini iddia eden tüm bilimsel ve felsefi bakış açılarıdır. Bourdieu'nün bilimsel anlayışında tüm soyutlamalar, günlük yaşam pratiğinin sembolleşmiş toplumsal göstergeleri olarak yaşam pratiğinden üretilmelidirler. Bu anlamda bilim, “pratiğin bilimi” olmak durumundadır. Cassirer'in kuramında bilim, “sembolik formlar” sisteminde yalnızca bir organ ve kısmi bir uğraktır. Bilim, bu sembolik formlar dünyasının inşasında bir anlamda tuğla vazifesi görebilir, fakat bilim hiçbir zaman kendi başına bir dünya inşa edemez. Bilim, olgulara bakışı, düşünceyi sentezleme görevini başka sembollerle paylaşmaksızın, diğer sembolleri görmezden gelerek, gözlemlerini diğer deneyimler olmadan yapamaz (Cassirer, 2011, s. 20, akt. Arı, 2016). Kültürel sembollerin toplumsal yaşamın şekillenmesindeki belirleyici rolünü ilk olarak tanımlayan ve kuramsallaştıran Ernst Cassirer, kendine ait kültür felsefesiyle yalnızca felsefi bir dünya yorumuna girişmekle yetinmez, aynı zamanda, insanın kültürel sembolere neden gereksinim duyduğunu da kanıtlar. Cassirer, insanın dünyada yaşanan kaoslara aşabilme amacıyla dünyaya düzen getirmek istemesinin önce tanrılara isim takmasıyla başladığını keşfeder (Şimşek, 2013). Bu sayede insanoğlu, dilsel semboller aracılığıyla kendi dünyasına bir düzen getirmiş, zamanla din ve sanat sembolleri aracılığıyla, bu anlamları kültürel sembolere taşımıştır. Böylece bilim, aklın çıplak gözlemleriyle değil, sembollerin kazandığı anlamlar ve onların yorumlarıyla ilgilidir, çünkü bilimin aracı olan bilimsel dilin bizzat kendisi semboliktir.

Kültürbilimin kültürel dönüşümler doğrultusunda yaşadığı yeni paradigma kültürel semboller paradigması olarak adlandırılmaktadır. Kültürel semboller kuramını çeviri açısından ele aldığımızda, çevirmenin kaynak metinden anladığı ve çeviride aktardığı dilsel semboller değil, kültürel sembollerdir. “Kültür, bir inançlar, bilgiler bütünüdür; yani maddi değildir. Bu manevi bütün, uygulama halinde maddi formlara bürünür” (Güngör, 2003). Kültürel semboller bir milletin kendi kültürünü bireylerine ve diğer insanlara aktarmasında doğrudan etkili olan kültürün elle tutulabilen göstergeleridir. Kültürün göstergeleri içerisinde semboller büyük bir yer tutmaktadır. Semboller kültürün her türlü unsurunu ifade etmek için kullanılmaktadır. Kültürel semboller kullanıldıkları toplumda herkes için aynı anlamı ifade etmektedir ve kültür toplumuna ait bireylerin sahip olduğu kültürlerine ait özellikleri çağrıştırırlar. Kültürün maddi ve manevi unsurlar bütünü olması nedeniyle semboller bireylerin aidiyet duygularını pekiştiren göstergeler

olarak değerlendirilebilir. Uçar (2004) kültürel sembolleri evrenselleşmiş sessiz dil olarak tanımlar. Gerbner'in (2002, akt. Sungur, 2007) kültür tanımı sembolik örgütlenme bağlamındadır. Şöyle ki:

“Kültür, ilişkilerimizi, değerlerimizi, önceliklerimizi ve varlığımızı kavramlaştırmamızı yetiştiren bir sembolik örgütlenmedir. Kültürün ne olduğu nosyonundan, neyin önemli olduğu, neyin iyi, kötü ya da bahsedilen diğer niteliklerden, neyin neyle ilişkili olduğu düşüncesi elde edilir. Kültürün hikayeleri, şeylerin nasıl çalıştığını, şeylerin ne olduğunu ve onlarla ilgili neler yapabileceğini ve yapılması gerektiğini sunar. Bir başka deyişle kültür, ortalama bir çerçeve sağlar. Bu çerçeve içerisinde, karşılaşılan olay ve olguları yorumlamayı ve düşünmeyi sağlar” (Gerbner, 2002, akt. Sungur, 2007).

Kültürel semboller sistemi ait olduğu toplumun bütünleşmesine, kaynaşmasına veya ayrışmasına hizmet ederken, topluma yeni katılan üyelerin topluma uyum sağlamasına yardımcı olur. Bununla birlikte daire dışındakilerle farklılaşmayı ve bu farklılığın farkına varılmasını sağlar. Bir başka deyişle kültür toplumsal benzerlikleri ortaya koyar. Benzerliklerin aktarılabilmesi ancak doğru kodların oluşturulmasıyla sağlanır ve bu kodlama gelenekler aracılığıyla meydana gelir (Koca, 2010). Gelenek kültürel unsurların yeniden üretimi olarak görülebilir. Gelenek, inanç ve uygulamaların gelecek kuşaklara aktarılmasının yanı sıra kültürel unsurların yeniden üretimi olarak değerlendirilir. Shils (1971) varolan herşeyin bir geçmişe sahip olduğunu şöyle ifade etmektedir:

“Hiçbir şey kendisini tamamen geçmişin pençesinden kurtaramaz; bazı olaylar çok zor bir şekilde onun pençesinden kurtulur. Günümüzde var olan şeylerin çoğu, geçmişte var olan şeylerin yeniden üretimi ya da devamıdır. Ayrıca her şey zıtlıkların birliği (dualism ilkesi)’nden oluştuğu için bazen bir sembolik temel farklı sembolik anlamları ifade eder. Mesela, öküz simgesi hem sevecenliğin hem aptallığın, hem itaatkârlığın, hem kahramanlığın hem de çalışkanlığın; kurt simgesi hem kahramanlığın hem de vahşiliğin sembolüdür” (Rahman, 2005, akt. Koca, 2010).

Ayrıca her şey zıtlıkların birliği (dualism ilkesi)’nden oluştuğu için bazen bir sembolik temel farklı sembolik anlamları ifade eder. “Mesela, öküz simgesi hem sevecenliğin hem

aptallığın, hem itaatkârlığın, hem kahramanlığın hem de çalışkanlığın; kurt simgesi hem kahramanlığın hem de vahşiliğin sembolüdür” (Rahman, 2005, akt. Koca, 2010).

Kültürel semboller insanın bireysel ve toplumsal doğası olduğu kadar, farklı kültürlerin birbirleriyle iletişim kodlarını da temsil ederler. Bireyler ve kültürler arasındaki her bir karşılaşma fiziksel bir temastan çok, semboller aracılığıyla bir karşılaşmadır. Bu anlamda, iletişim kurmaya başlamanın ilk adımı olan selamlaşmadan başlayarak, sembollerin tüm insani eylemler için belirleyici olduğu bir gerçektir. Geertz (1974), sosyal bilimlerin önceleri eylemlerin olay karakteriyle ilgilendiğini ve sosyal bilimlerin öne çıkan araştırma nesnesinin eylem kuramsal olduğunu söyler. Günümüzde sosyal bilimler kültürel eylemlerin anlamsal içeriğiyle ilgilidir. Bachmann-Medick, insanın, kendisine ait anlamları kendisi ören ve kendi kendisini yapılandıran bir varlık olduğu görüşünü savunur. Bu bağlamda anlamlar örgüsü bizzat kültürün kendisidir (Bachmann-Medick, 2010, s. 65; akt. Arı, 2016).

Cassirer ve Bourdieu’nün kuramlarıyla birlikte, kültürbilim alanında uzun yıllar süren eylemsel yaklaşımdan, anlam odaklı bir yaklaşıma geçiş başlamıştır. Anlam odaklı yaklaşım doğrultusunda sosyal bilimlerin araştırma yöntemi, doğa bilim yöntemlerinden ayrışır. Çünkü araştırmanın nesnesi, ne doğada gözlemlenen nesnel gerçeklik, ne de insan davranışlarında görülen eylemsel gerçekliktir. Toplumsal araştırmanın nesnesi, insan eylemlerinin anlamsal derinliği ve bu derinliğin dilde yansıması olan kültürel sembollerdir. Kültürel yaşamın işlevlerinden çok, kültürel sistem ve sembollerin anlamlarıyla ilgilenmek ve bu anlamlar aracılığıyla kültürel ilişki ve toplumsal yapıları çözümlemek, yeni bilimsel bakış açısını temsil eder. Kültürel anlam ve semboller kültürlerin anlaşılması, toplumların çözümlenmesi, başka toplumlarla etkileşmesi açısından en önemli göstergelerdir. Kültürel semboller anlamadan bir yorum, çıkarım ve aktarım söz konusu olamaz. Dilde anlaşılan ve çeviride aktarılan kültürel semboller ve değerlerdir. Kültürel ve toplumsal sembollerin kendine özgülüğü ve o yapı içinde anlamlı ve anlaşılabilir olması gerçeği tüm kültürlerarası iletişim ve eylemler için belirleyici unsurdur.

Geertz hermeneutik yöntemi kültürel anlamlar için yeniden ele alarak, hermeneutikğin bilinen anlamını dönüştürmeyi amaçlamıştır. Aynı geleneğin ve kültürün anlaşılmasıyla, iki farklı semboller dünyası arasında gerçekleşmesi planlanan hermeneutik anlayış, farklı yöntemler gerektirmektedir. Genellikle kendi kültür fenomenlerinden oldukça farklı

aktarım bağılamı olan yabancı kültür fenomenleri, Gadamer hermeneutiğinin anlama sürecinde olduğu gibi, “ufukların kaynaşması” olarak ortaya konamaz.       kendisinden aktarım yapılan sembol dünyası ile kendisine aktarım yapılan sembol dünyası arasında farklı anlam bağlamı söz konusudur (Arı, 2016). Gadamer hermeneutiğinde, ‘hissetme’ kavramı, gelenek ve insanın ufkunun kaynaşmasının odağıdır ve bu kavram olmaksızın anlama gerçekleşmez. Kültürlerarası anlama ise Gadamer hermeneutiğinden farklı işlemektedir. Bu anlamda, kültürlerarası bir iletişimde yabancı kültür olgularının, sembolleri ve anlamları birebir aktarması mümkün değildir (Bachmann-Medick, 2010, s. 37, akt. Arı, 2016). Yeni hermeneutik anlayış, yabancıyı anlamaya odaklanan bir hermeneutiktir. Kültür bilimleri için yol gösterici olan bu paradigma değişimiyle birlikte, empatiye, niyetleri anlamaya dayalı bir kültür algılaması geçmişte kalacaktır (Arı, 2016). Kültürel anlamlar bireylerin zihinlerinde değil, toplumsal pratiklerde ve sosyal ilişkilerde ortaya çıkar. Kültürel anlamların başka alanlara, kamusal ve özneler arası alanlara da geçmesi söz konusudur.  zet olarak yeni yorum kültürbilimde metni göstergeler ve semboller üzerinden anlamak söz konusudur. Metinler artık sadece dilsel metinler değil, metinlere dönüşen kültürdür.

Cassirer ve Bourdieu, kuramlarında kültürbilimin merkezine kültürel eylem ve etkileşimin belirleyicisi olmaları nedeniyle kültürel sembolleri koyar (Arı, 2016). Artık toplumsal araştırmanın nesnesi, insan eylemlerinin anlamsal derinliği ve dildeki yansımaları olan kültürel sembollerdir. Kültürlerarası iletişimde sembollerin ve anlamlarının aktarılması mümkün değildir (Bachmann-Medick, 2010, s. 66, akt. Arı, 2016). Kültürbilimin yeni paradigması geleneksel yorumbilime kültürlerarası bir ufuk açar. Yeni anlayış yabancıyı anlamaya yönelik bir yorumbilim olarak yorumlanabilir. “Kültürel semboller kuramı salt kültürbilim değil, fen bilimlerinin de paradigmasıdır ve Cassirer’in deyimiyle dünyaya yeni bir bakıştır” (Arı, 2016).

Arı’ya (2016) göre kültür bilimlerindeki paradigma değişimleri, uygun yöntemsel adımlar atılmasını gerektirmektedir. Bir bilim dalındaki bakış açısı değişikliğini algılayabilmek için, kuramsal bakış açılarına uygun yöntemler geliştirilmelidir. Böylece her bir bakış açısı kendi yöntemiyle birlikte bir işlev kazanabilir. Yorumbilimsel bakış açısı (interpretative turn), yeni bir bilimsel bilgi tavrı gerektirmektedir. Kültürel olaylar ve olgulara yaklaşım, işlevsel ve eylemsel olmaktan çok, semboller, değerler ve anlamlar üzerinden yeniden ele alınmaktadır. Böylece toplumlar ve kültürler bir bütün olarak değil,

kendi anlamlı pratiklerinden ya da kurumlarından yola çıkan bir bakış açısıyla araştırılabilirler. Bu tür araştırmalar geleneksel hermeneutik ile aynı hacimde olmayan yöntemsel yayılımlar gerektirirken, diğer yandan, yapısalcı ve işlevselcilerin yöntemleri de yeni bakış açısı için yeterli gelmez (Arı, 2016). Interpretive turn, bir örnek parçadan yola çıkarak, kültürün tümünü açıklamaya çalışan kapsamlama yöntemini değil, bağlamsallaştırma (kontextualite) yöntemini kuramsal bakışının merkezine taşır. Geertz'in, karşılaştırmalı edebiyatbilimci Alton Becker'e dayanarak ortaya attığı, 'new philology' yaklaşımı, metinleri bağlamsal yorumlarıyla yeniden ele alan, yani metinleri başka metinler yardımıyla anlamlandıran bir öneri sunar (Arı, 2016). Bu kuramda metinler kültürel fenomenin çoklu bağlamsallığı (multiple contextualization of cultural phenomena) aracılığıyla, yani sembolik konstruktivizm ile anlamlandırılır. Edebiyat metinleri ancak bu sayede, medya araçları ve kültürel anlamlar olarak sosyal alana taşınabilir ve etkilerini sosyal metinler olarak devam ettirebilirler (Bachmann-Medick, 2010, s. 66-67, akt. Arı, 2016). Edebiyat ve çeviri alanlarında uzun yıllardır doğa bilimleri bakış açısıyla yapılan çıplak gözlemler, sosyal bilimlerin sembolik yapısına uymadığından elde edilen sonuçlar hep soyut ve mekanik kalmıştır. Bilimsel yöntemlerin doğa bilimlerine ya da doğa bilimlerinden ilham alan sosyal bilim kuramlarına ait olması nedeniyle edebiyatta ve çeviride bilimsel yöntemler aramak da bir sonuç vermemiştir. Bu alanlarda sosyoloji ve eylem kuramı üzerinden yapılan araştırmalar da gözlemlenebilen eylemlere ve yüzeysel sonuçlarına dayanarak sayısal verilere ya da metinlerin görünen taraflarıyla kurulan ilişkiye dayalı yorumlara ağırlık vermiştir. Söz konusu yöntemlerle metinlerin kültürel özelliklerini ve sembolik değerlerini saptamak neredeyse mümkün değildir. Metnin derin ve anlamsal bir çözümlemesi için, kültürel sembollerin araştırılarak ortaya konulması ve eleştirilmesi gerekmektedir. Arı'ya (2016) göre çeviribilim alanında kültür odaklı yaklaşımların şu ana dek eylem odaklı yaklaşımların disiplinlerarası bir yansıması olması sonucunda, çeviri alanında anlamsal yaklaşımlara geçilemediği görülmektedir. Oysa kültür bilimin eylemsel dışa dönüklükten, anlamsal ve sembolik içe dönüklüğe geçmesi, zaten kültür bilim ve sosyolojide bilinen kuramların çeviri alanına taşınmasıyla gerçekleşebilir (Arı, 2016). Kültürel sembollerin ve aktarım şekillerinin çeviride belirleyici olduğu ve bunun için yeni bir bakış açısının gerekli olduğu söylenebilir.

Metinler kendilerine özgü yorumları ve aynı zamanda kendine özgü deneyimleri de modelleştirirler. Metinler dilin kullanım alanında anlam ifade ederler. Diğer bir ifadeyle metin, anlamsal bir kendine özgülüğe sahiptir. Anlama kavramı bireysel düşüncenin kültürel dünyaya açılmasıdır (Bachmann-Medick, 2010, s. 71, akt. Arı, 2016). Kültürel anlama kültürel bağlamların anlaşılmasını amaçlar. “Hermeneutik kültürel kuramı” nda söz konusu olan, kültür bilimleri araştırmasına yorumbilimsel bakış açılarının etkin bir şekilde katılmasıdır. Çünkü yorum odaklı kültürkuramı için odak noktası daha çok özneyi nesnelleştirilebilir yapmaya çalışmaktır (Arı, 2016). Kùltürler, yani kültürel pratikler kendi anlam boyutlarına dayalı olarak araştırılırlar. Bu noktadan hareketle metin, kendini dünya anlamlandırmalarına açar, dünya tasavvurları oluşturur ve yeni dünya görüşlerinin çıkış noktası olur. Böylece kültürü hissetmeksizin ya da empati yapmaksızın anlamak mümkün olabilir. Okurun yabancı kültüre dahil olmadan, yabancı insanların iç dünyalarına girmeden yabancı öğeler korunabilir. Hermeneutik yorum, ister yazarın niyetini yorumlama, isterse metni yorumlama anlamında kullanılsın, sonuç olarak bir okurun, somut gerçeklikten bağımsız, soyut metne yüklediği anlam olarak anlaşılır. Metin yorumlamaya dair birçok kuram geliştirilmiştir. Belirgin olarak Schleiermacher ile başlayan hermeneutik yaklaşım, Heidegger, Gadamer, Habermas, Ricoeur gibi hermeneutikçilerle metinlerin yorumlanmasına dair çok geniş bakış açıları geliştirmişlerdir (Arı, 2016). Bu bakış açılarının ortak yanı yazar-metin-okur ilişkisinin yorumlandığı noktasıdır. Kültürbilimde yaşanan interpretive turn yaklaşımında ise metin yorumu metnin derin yorumudur. Burada derin yorumdan kast edilen metnin içinde gizli yaşamın ta kendisi yani metnin ait olduğu toplumun kültürü ve değerleridir.

Cassirer ve Bourdieu’nün “kültürel sembol” yaklaşımları kültürü bilimsel araştırmanın merkezine taşıyarak metinleri kültür taşıyıcılara ve aynı zamanda kültürün gözlem nesnelerine dönüştürmüştür (Arı, 2016). Metinlerin içerdiği semboller aracılığıyla kültürlerin aktarımı gerçekleşir. Bu sayede bir metnin yorumu kültürlerarası bir etkileşim aracısına dönüşür. Metinler kültürlerin gerçekliklerini başka dünyalara tanıtırlar.

Metinleri toplumu oluşturan kültürel sembollerin anlaşılmasına dönüştürmek, çeviri alanı için de yeni bir paradigmanın başlangıcıdır. Çeviribilim alanında 1980’lerde başlayan eylem kuramsal kültürel yaklaşım, yerini yorum odaklı kültürel kurama bırakmıştır (Arı, 2016). Yorum odaklı kültür kuramında çeviri başka bir kültürün iç dünyasını anlayıp aktarmaya çalışmak değil, metni kendi kültür dünyası için yeni bir

göstergesel araç olarak kullanmaktır. Başka bir ifadeyle erek okurun kaynak kültürde olan bir sembol ya da sembolik anlam üzerinden kendi kültüründeki anlam ve sembolleri çağrıştırmasını sağlamaktır. Yani çeviride niyet yabancı bir kültürel unsuru erek okura benimsetmek ya da kendi kültürüne dönüştürmek değil, erek okurun kendi kültüründe benzer sembolü uyandırmak ve benzer duyguyu hissettirmektir. Örneğin, Topkapı Sarayı Müzesinde mutfak bölümünde Osmanlı Türk kültürüne ait ‘aşure’ ya da ‘helva’ gibi tatlılar hakkında bir metin çevrilirken amaç bu tatlıların kaynak kültürde uyandırdığı duyguyu ya da genel olarak çağrışımlarını erek metinde erek okur için benzer duygu ya da çağrışımları uyandırabilecek şekilde çevirebilmektir. Yabancı turiste söz konusu çeviriyi okuduğunda “bizim kültürümüzde bu tatlının karşılığı ne olabilir?” sorusunu sordurup, düşündürerek semboller aracılığıyla kendini anlama ve değerlerinin uyanması söz konusudur.

Sosyal bilimlerde yaşanan kültürel dönüşümler (cultural turn) sosyal bilimler için devrim niteliğinde bir dönüm noktası olarak kabul edilebilir. Bu gelişmelere paralel kültür kavramının öne çıkmasıyla çeviri alanındaki dilbilim odaklı yaklaşımlar yerlerini kültür odaklı yaklaşımlara bırakmaya başlamıştır. 80’li yıllara gelindiğinde çeviriyi dilsel bir aktarım olarak görenler ve çevirinin dilsel bir aktarımdan ibaret olmadığını, aynı zamanda bir kültür aktarımı olduğunu savunanlar arasında yaşanan kutuplaşma, çeviribilimde yaşanan paradigma değişimine işaret eder. Çeviriyi sadece dilsel aktarım süreci olarak gören yaklaşım, çeviriyi toplumsal ve kültürel bir süreç; kültürel ve sosyal bir ilişki olarak gören yaklaşıma evrilmiştir. Kültürün, çevirinin araştırma merkezine oturmasıyla birlikte, çeviriye olan yaklaşım büyük bir ölçüde değişmiş ve kültür odaklı yeni yaklaşımların da ortaya atılmasına neden olmuştur. Hans J. Vermeer’in Skopos kuramı, Justa Holz-Maenttaeri’nin çeviri eylemi kuramı ve Itamar Even-Zohar’ın çoğul dizge kuramı çeviribilimde yaşanan dönüşüme örnek teşkil eden kuramlardandır. Gideon Toury, Hans Hönl, Paul Kussmaul, Mary Snell-Hornby, Erich Prunc, Katharina Reiss bu dönemde çevirinin kültür odaklı olduğunu savunan çeviribilimciler arasında sayılabilir. Sosyal bilimlerde yaşanan dönüşümler nedeniyle kültürlerarası etkileşim üzerine yapılan araştırmalar birçok alanda olduğu gibi çeviribilimde de önemli dönüşümlerin yaşanmasına etki etmiştir. Çeviri araştırmalarında kültürler ve toplumlar arası etkileşimi öne çıkaran yaklaşımlar benimsenmiştir. Tosun’a (2004) göre çeviribilimde yaşanan paradigma değişimini daha iyi anlayabilmek için kültürbilim alanında yaşanan kültürel

dönüşümleri farkında olmak gereklidir. Kültür odaklı kuramların ve yaklaşımların ortaya çıkışının büyük ölçüde kültürbilimde yaşanan dönüşümlerden etkilendiği söylenebilir.

Kültürbilimde yaşanan dönüşümler dil ve metin odaklı çeviri anlayışının sosyal bilimsel ve kültürbilimsel bir çeviri anlayışına evrilmesine neden olmuştur. Çeviri süreçlerinden etkilenen kimlik, göç, sürgün ve kültürlerarasılık başlığı altında incelenen durumlar somut eylem ilişkisi çerçevesinde değerlendirilmeye başlanmıştır. Çeviri sıfatıyla kültür, bilimsel alandaki konumunu alarak kültürlerarasılık ile ilgili pragmatik ve metodik yaklaşımların, ve dilbilimsel dönüşümün merkezinden uzaklaşmıştır (Bachmann-Medick, 2010, s. 41, akt. Arı, 2016). Artık çeviri sosyal bilimlerde ve kültürbilim alanında yeni bir bakışla ele alınan temel bir kavrama dönüşmüş ve çevirinin etki alanı kendi disiplini aşacak boyutlara ulaşmıştır. Çevirinin disiplinleri birbirleriyle ilişkilendirebilecek bir model olabilmesinin ancak farklı varyasyonlardan ve sorun alanlarından geçen kültürbilim bağlamında genişletilmiş bir çeviri kavramına gerek olduğunun altını çizen Bachmann-Medick, bu bağlamda çevirinin artan popüleritesine dikkat çekmektedir. Bugün mecbur olduğumuz şartlar ve içinde bulunduğumuz ortam koşulları nedeniyle çeviri olgusunun her geçen gün daha fazla önem kazandığı kabul gören ortak bir görüş olarak değerlendirilebilir. Kültürel paradigma çeviribilimin diğer disiplinlerle ortak yönü olmuş ve çeviribilimin sosyal bilimlerde kendisine eşit bir yer bulmasına vesile olmuştur. Çeviriler ve çevirmenler kültürlerin “taşıyıcı, dönüştürücü, ve normlaştırıcı etkenleri” olarak görülmeye başlanmıştır (Şimşek, 2013). Çevirmenin habitusunu oluşturan ve çevrilecek metni anlamlandıran kültürel sembollerdir.

Çeviribilimde ‘Cultural Turn’ somut ve yaşadığımız dünyanın sosyolojisidir. Sembolik formlar, yaşadığımız kültürlerdeki sembollerin, sembollere yüklenen anlamların, davranışlarımızı ve metinleri etkileme biçimidir. Metinler üzerinden sosyolojik bir çözümlemeden söz edecek olursak; söz konusu sembol değerler bize, toplumsal kültürün canlı yaşama yüklediği anlamlar ve insanların bu anlamlarla hayata bakışını ifade ederler. Her toplumun kendi kültürüne özgü sembolik değerleri vardır ve bu değerler toplumdan topluma kesin çizgilerle farklılaşır. Özellikle, çeviri aracılığıyla sembol aktarımı, sembollerin birbirleriyle karşılaşmalarını, kültürlerin kendi sembol değerlerinin farkına varmalarını sağlamakla, toplumsal örgüyü daha değerli hale getirmektedirler. Örneğin, spor müsabakalarında çalınan ulusal marşlar, ulusların sembolik değerlerinin canlılığını gösteren ve her ulusun kendine özgü, farklı fakat aynı

derecede değerli, anlam yüklü formları olarak ortaya çıkarlar. Bir kültür felsefesinin ortaya koyduğu sorunların çözümü sembolik formlar (teknik, ekonomi, devlet/politika, din vb.) aracılığıyla gerçekleşmektedir. Bachmann-Medick (2010, akt. Arı, 2016) kültürel ve antropolojik verileri çeviribilim için değerlendirirken, çevirinin kendine özgü aktarım biçimi nedeniyle, hiçbir bakış açısının çeviri sürecini tek başına açıklamada yeterli olamayacağı görüşünü savunur. Yabancı kültüre özgü ritüellerin, duygu kavramlarının ve eylem örneklerinin anlamlandırılmaları, kısaca kültürel anlam bağlamları ve onların sosyal toplumsal organizasyonunun bütünsel sistemine dayalı olarak anlamlandırılmalarını gerektirir. Bachmann-Medick, çeviribilim için tüm kültürleri, kültürel anlam bağlamlarını yorumlamayı öneren “yorumsal kültür bilim” yaklaşımını öne çıkarır. Bu yöntemle göre metin çevirileri ve onların çözümlemeleri, bağlamsallık (kontekstualite) yönteminden farklı şekillerde yararlanabilir. Çeviribilim bu bağlamsallık yöntemi sayesinde bir yandan küçük birimlere, sembollere, hitap formlarına, anlatım örneklerine, iletişim durumlarına dayalı olarak, büyük tarihsel bağlamlara, konvansiyonlara ve düşünce örneklerine dayanarak, kültürel anlamlar elde ederken; diğer yandan, metnin birimleri ve bağlantılarına sorular sormak suretiyle kültür çevirisini çözümleyip aktarmayı başarabilir (Arı, 2016). Kültürel çeviride kültürlerin bütününe mü yosa sadece belirli bir kısmının mı çevrileceği sorusu ve protiplerin nasıl ele alınacağı çevirmeni ilgilendiren önemli sorulardır. Vermeer ve Witte (1990, akt. Arı, 2016) için protipler kültüre özgüdür ama aynı kültür içinde dahi parakültür, diakültür ve idiokültür nedeniyle farklılıklar görülebilir. Protipler kültüre, deneyimlere ve duruma özgüdürler. Metinlerin kültürel semboller üzerinden bağlamsal bir ilişkiye dönüştürülmesi ve yorumlanması yeniden çeviri kavramını gündeme getirmektedir.

Çeviri, tarihsel söylem ve bağlama katılan canlı bir üründür. Kültürel çeviriden kasıt, çevirilerin söylem pratiklere, tarihsel söylem ve dönüşümlere katılması ve katkıda bulunmasıdır. Çeviri bu anlamda kendisini güç ilişkileri, bağlantılar ve söylem çevresini (oryantalizm, sömürgecilik) içine alan bir kültür aktarım tekniği olarak gösterir (Bachmann-Medick, 2010, s. 244, akt. Arı, 2016). Çevirinin dilbilimsel sınırları aşarak “cultural turn” örneğinde kuramsallaşması, söylem, kültür ve siyaset alanlarını araştırmasına dahil ederek yepyeni araştırma alanlarına açılması anlamına gelir. Çeviri dünyası, kültürbilimsel fenomenlere bakışın değişmesiyle kendi yapısında yeni bir sıçrama göstermiştir. Çevirinin bizzat kendisi bir kültüre dönüşmüştür. Kültürbilimsel

araştırmaların ağırlıklı olarak çeviri karakterine sahip olması ve çeviri üzerinden gerçekleştirilmesi, metaforik de olsa, ‘çeviri olarak kültür’ iddiasını gündeme getirmiştir. Böylece çeviriler yöntemsel olarak çok daha somut ve pratik alanlara kayacak, bir anlamda Bourdieu’nün söylediği gibi, pratiğin bilimine dönüşecektir. Çevirinin konu alanının genişlemesi ve kültürü içine alan mecazi bir yapıya dönüşmesi ve yöntemsel adımlarla pratiğin dünyasını kuramsal alana yansıtması, bilimsel dönüşümler alanında ilk defa bir ‘translational turn’ den söz edilmesini sağlamıştır. Susan Bassnett ve Andre Lefevere, çeviribilimde ‘uluslararası çeviribilim’ ekolünü kurarak bu konuda önemli bir adım atmışlardır (Bachmann-Medick, 2010, s. 245, akt. Arı, 2016).

Kültürbilimsel araştırmalar, bir kültürün kendi içindeki ilişkilerini araştırmanın yeterli olamayacağını ortaya koyar. Aynı şekilde yorumbilimsel araştırmalar da salt bir kültürel anlamının aktarım için yeterli olamayacağını gösterir. Başka kültürlerle temas etmeyen ya da başka kültürün bireylerinin içinde yaşamadığı toplumlar günümüzde neredeyse yok gibidir. Tüm bunların sonucunda sosyoloji, kültürbilim ve antropoloji kültürleri salt kendi içinde değil, birbiriyle etkileşimi içinde araştırarak bir yaklaşımı kuramsal merkezine taşımıştır. Bu bağlamda çevirinin kültürel araştırmadaki yeri ‘çeviri kültür’ den söz edecek kadar öne çıkmıştır. Kültür araştırmaları bir anlamda çeviri araştırmalarından elde edilen sonuçlarla betimlenmeye başlanmıştır. Kültürlerin bizzat kendileri çeviri süreçlerinin temellendirmesiyle ortaya çıkarlar. Kültür bu durumda, çeviri süreçlerinin ifadesi ya da sonucu olarak değerlendirilebilir. Sözünü ettiğimiz çeviri odaklı kültür kavramına dayalı olarak Judith Butler kültür çevirisini, sonsuz bir kültürler arası çeviri (cross-cultural translation) süreci olarak bir dünya kültürünün yapılanması yolunda anahtar kategorinin kavranması olarak açıklar (Bachmann-Medick, 2010, s. 248, akt. Arı, 2016). Bir kültürün sembol taşıyıcısı olan dilsel sembollerin derinlemesine araştırılması ve bu sembollerin diğer kültürler için neyi ifade ettiğinin sorgulanması önemli bir araştırma alanıdır. Kültürlerin iç içe yaşamaya başlamasıyla birlikte melez kültür araştırmaları çoğalmış ve bu araştırmaların çeviri üzerinden yapılmasıyla kültür araştırmaları için çeviri verileri pratik örnekler sunmaya başlamışlardır. Artık kendi başlarına var olamayan kültürler uluslararası ilişkiler ve turizm nedeniyle her geçen gün daha çok melez kültürlere (hibrit kültür) dönüşmekte ve çevirinin kültürel bir süreç olarak araştırılması önem kazanmaktadır.

Soyut çeviri çalışmalarının yerini, Bourdieu'nün 'pratiğin bilimi' anlayışına uygun olarak, somut metinlerin incelenmesi ve kültür kuramlarının bu araştırmalar sonucunda yeniden yapılandırılması almıştır (Arı, 2016). Kültürel araştırmalar çeviri üzerine yapılan uygulamalı çalışmalara yönelerek, kültürbilimciler ve sosyologların çeviri üzerine yoğun bir şekilde çalışmasını sağlamıştır. Bachmann-Medick'e göre "kültürün bizzat kendisi çevirinin bir süreci olarak anlaşılmaktadır. Bu anlayış çevirinin de alansal paradigmasına dönüşmüştür" (Bachmann-Medick, 2010, s. 247, akt. Arı, 2016). Çeviri toplumların kültürel sembollerini tanıtan, yabancı kültürleri anlamamızı sağlayan ve yabancı kültürler aracılığıyla yerli kültürlerin dönüşümüne katkı sağlayan sosyal sistem alanıdır. Bu rol, Luhmann'ın (1991, akt. Arı, 2016) sistem kuramında, bir kültür sisteminin dinamizmini sağlayan iletişimdir ve bu iletişim kültürlerarası alanda çeviriler aracılığıyla gerçekleşmektedir. Sosyal etkileşimlerde, kurumsal yapılarda ve maddi, ekonomik-politik ve medya aktarım koşullarında kültürlerarası süreçlerin kaçınılmaz derin yapılar olarak öne çıkmasıyla, "translational turn" kültür bilimleri için kendi kültürel bakış çukurundan çıkabilmenin çaresini sunmaktadır (Bachmann-Medick, 2010, s. 249, akt. Arı, 2016).

Çeviribilim alanında "interpretive turn" ün etkisi, özellikle Alman çeviribilimcilerle başlamıştır (Arı, 2016). Friedrich Schleiermacher, Martin Heidegger, Hans Georg Gadamer ve Jürgen Habermas yorumbilim geleneğinin tüm dünyaya yayılmasında etki eden bilim insanlarıdır. Yorumbilimsel yaklaşımların kültür ve sosyoloji alanlarına aktarılması çeviribilim için belirleyici olmuştur. Bu konuda kültür alanında Cassirer'in (2011, akt. Arı, 2016) "sembolik" değerler kavramının sosyolojiye aktarılması, Fransız Pierre Bourdieu'yle gerçekleşmiştir. Bachmann-Medick, hem Cassirer hem de Bourdieu'nün kuramlarını, çeviribilim için değerlendirerek kültürel sembollerin çeviri aktarımındaki rolünü ve önemini ortaya koymuş ve çevirinin kültürel sembollerin aktarımı ve kültürlerin birbirleriyle olan temaslarında belirleyiciliğini vurgulamıştır. Bachmann-Medick'in çalışmaları çevrinin kültürlerin hangi özellikleriyle ilişki içine girdikleri konusunda çeviribilim için çok önemli veriler sağlamıştır (Arı, 2016).

Çeviribilim alanında toplumsal boyutun son yıllarda öne çıkması, toplumsal sistem kuramlarının, toplumsal sistemlerin önemini ve farklılıklarını vurgulamalarına rağmen, kültürel bakış açısı hala Vermeer dönemini aşamamış, kültürün yüzeysel kalıplarıyla çeviriye bakış devam etmiştir (Arı, 2016). Metinler üzerinde yapılan çeviri incelemeleri

çok daha derin ve ayrıntılı olmak durumundadır. Çeviribilimsel bir incelemede metinde yer alan göstergelerin yorumları çok önemlidir. Göstergelerin kültüre özgülüğü ve kültürel sembol değeri taşımaları metinlerin aktarımında sembollerin yorumunu gerektirmektedir. Çeviribilimin ve çeviri eleştirisinin (Tosun, 2013) çeviri süreciyle ilgili yorum ve eleştirisi, kültürel sembollerin anlaşılıp aktarılmasındaki strateji, yöntem ve bilinç olmalıdır. Kültürel semboller ve bunların çevirmen tarafından yorumlanmasının merkezde yer alması, çevirmen profilinin değişmesine, çevirilere farklı bakılmasına, daha da öteye gidersek, çevirilerin yeniden yapılmasına yol açacaktır. Yeniden çeviri farklı bir değer kazanacak, yeniden çevirinin toplumsal anlam ve önemi daha çok öne çıkacaktır (Arı, 2016). Sosyal bilimler alanındaki, interpretive turn” ve onun sosyoloji ve kültür bilime yansımaları olan “sembolik formlar” ve kültürel semboller kuramının çeviribilim alanına aktarılması metinler üzerinden kültürel temas ve etkileşimin yönünü değiştirecek bir etkiye sahiptir. Çevirilere yeni bir bakış açısıyla bakabilmek için, öncelikle çeviribilim alanında “sembolik değerler” yaklaşımının kuramsal alana yerleşmesi, daha sonra çeviri eğitime yansımaları, bu bakış açısını uygulayacak çevirmenlerin yetişmesiyle çeviri pratiğine önemli yenilikler getirecektir (Arı, 2016).

Kültür alanında yaşanan değişimler çeviribilim alanını doğrudan etkilemekte ve günümüz çeviri anlayışının genişlemesi anlamına gelmektedir. Çeviri algısı sosyal bilimler alanında yaşanan değişimler doğrultusunda şekillenmekte ve yeni çeviri anlayışı çeviriye ve çevirmene farklı gözle bakılmasını gerektirmektedir. Kültürel sembollerin kültürden kültüre farklılık göstermesi ve bunların başka kültürlerde ne anlama geldiğini ifade etmesi beklenmektedir. Çeviride benimsenen yeni anlayış çeviri eleştirisinin de bu anlayışı öne çıkaran unsurları çalışma alanına dahil etmesini beraberinde getirmektedir (Arı, 2016).

Sosyal bilimler alanında yaşanan gelişmeler ve özellikle de kültürbilim alanında meydana gelen kültürel dönüşümler doğrultusunda artık çevirinin bir dil olgusu olarak incelenmekten vazgeçildiğini ve çevirinin dildışı unsurlarının, yorumsal bağlamının, toplumsal boyutunun ve kültürel değişimlere olan etkisinin çeviribilimin araştırma alanına dahil edildiğini söylemek mümkündür. Bu bağlamda kültürel semboller kuramı çeviride kültürel aktarımın, etkileşimin gerçekleşebilmesi için çeviribilimde başvurulacak kuram olarak değer taşımaktadır. Turizm çevirileri, kaynak kültür toplumlarının sahip olduğu maddi ve manevi değerlerinin yanı sıra tarih, coğrafya,

felsefe, ahlak, bilim, sanat, spor, ekonomi, eğitim, hukuk, sağlık vb. alanlardaki yansımalarıdır. Diğer bir ifadeyle bütün bu alanlardaki varoluşunun ifadesidir. Kültürel varoluşun somut temsili ise kültürel varlıklardır. Hemen hemen tüm turizm türleri için ürünün zenginleştirici unsuru olan kültürel varlıkların tanıtımında kullanılan turizm metinleri ve çevirileri kültürlere ait kültürel sembollerle yüklü metinlerdir. Turizm çevirilerinin işlevlerini yerine getirmesi ve bir ülkenin sahip olduğu kültürel zenginliklerin turizm metinleri ile korunup gelecek nesillere aktarılması ancak çeviride kültürel sembollerin kilit rolünün anlaşılması ve kültürel semboller kuramı çerçevesinde öngörülen genel çeviri yaklaşımı ve alınan uygun çeviri kararları sayesinde gerçekleşir.

Sonuç olarak, kültürel paradigma, çeviri disiplininin diğer disiplinlerle ortak yönü olmuş ve kültür bilimlerinin ortak bir paydada buluşması ve bir genel kuramsal yapı altında birleşmelerinde kendine düşen rolü üstlenmiştir. Bu bağlamda Kültürel Semboller kuramı çeviride kültürel aktarımın, etkileşimin gerçekleşebilmesi için çeviribilimde başvurulacak kuram olarak büyük değer taşımaktadır.

BÖLÜM 3. TOPKAPI SARAYI MÜZESİ

Turizm çevirisi konulu tezin çeviri incelemesinde Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinleri tercih edilmiştir. Bu karara etki eden unsurların başında UNESCO dünya kültür listesinde yer alan Topkapı Sarayı Müzesinin görkemli görsel cazibesi, konumu ve tarihi önemi nedeniyle ağırladığı ziyaretçi kitlesinin devasa boyutları gelmektedir. Topkapı Sarayı Müzesi, İstanbul'a gelen hemen her turist tarafından gezilen en tanınmış müzelerimizin önde gelenlerindendir. Topkapı Sarayı Müzesinde bulunan bilgilendirme amaçlı turizm metinlerinin alıcı kitlesi yani erek okur yelpazesi, inanılmaz bir uluslararası çeşitliliğe sahiptir. Diğer bir etken, Topkapı Sarayı Müzesinin yüzyıllar boyunca hem Osmanlı İmparatorluğu'nun idari merkezi hem de hanedanın ikamet ettiği mekan olarak ülkemiz insanının kültürünün en önemli temsillerinden olmasıdır. Bu yönüyle Topkapı Sarayı, mutfak teşkilatı, Türk mutfağı, sünnet ve düğün törenleri, Türk kahvesi, hamam, portreler, iç dekorasyon, peyzaj, sivil yaşam, kostümler, askeri teşkilat, aile yaşantısı, yaşam felsefesi, mekanların kullanımı, doğayla kurulan ilişki, zevkler vb. konularda kültürel aktarımın en geniş çerçevede ve en yoğun şekilde gerçekleştiği ender müzelerdendir. Nitekim Topkapı Sarayı Müzesi panolarında turistlere verilen bilgilerde ciddi boyutlarda kültüre özgü unsurlar yer almaktadır.

İstanbul'un Sarayburnu bölgesinde şehrin yedi tepesinin ilkinde konumlanmış Topkapı Sarayı eşsiz konumu ve manzarası ile İstanbul'un içinde adeta ayrı bir şehir gibidir. Osmanlı Devleti'nin idari yapısını anlamak, saray yaşamını gözlemlemek, Türkiye halkının tarihine ve kültürüne tanıklık etmek isteyen yerli ve yabancı turistlerin önde gelen uğrak yerlerinden biri olan Topkapı Sarayı, konumu, manzarası, mimarisi, bahçeleri ve devasa koleksiyonu ile ziyaretçilerin hafızalarına kazınan görkemli bir müzedir. Özet olarak, Topkapı Sarayı'nın taşınmaz kültür varlığı olarak İstanbul ve Türkiye turizmi açısından yadsınamayacak önemi, Topkapı Sarayı Müzesi metinlerinin incelenmesi kararında etki eden temel unsur olarak değerlendirilebilir.

Topkapı Sarayı, Osmanlı sultanlarının ikametgâhı, devletin yönetim ve eğitim merkezidir. II. Mehmed'im emriyle 1460 yılında inşasına başlanmış ve yirmisekiz yılda tamamlanmıştır. Topkapı Sarayı, 700 dönümlük bir alanla Fatih Sultan Mehmet

döneminde 1478 tarihi itibariyle açılmış olup Abdülmecit dönemine kadar kullanılmıştır. (Dursun, 2010, s. 115).

Zaman içerisinde ilavelerin yapıldığı sarayda, Osmanlı padişahları ve saray halkı 19. yüzyıl ortalarına kadar ikamet etmiştir. 1850'lerin başında sultanlar, devlet protokolü ve törenlere ilişkin gereksinimleri karşılamakta yetersiz kalması nedeniyle Dolmabahçe Sarayı'na taşınmışlardır. Saltanat hazinesi, Mukaddes Emanetler ve imparatorluk arşivleri Topkapı Sarayı'nda muhafaza edilmiş ve devlet törenleri Topkapı Sarayında yapılmaya devam etmiştir. Topkapı Sarayı, 1924'te Mustafa Kemal Atatürk'ün emriyle müzeye dönüştürülmüştür (WEB_8, t.y.).

Topkapı Sarayı, Bab-ı Hümayun, I. Avlu (Alay Meydanı), II. Avlu (Divan Meydanı), III. Avlu (Enderun Avlusu), IV. Avlu (Sofa-i Hümayun) ve Harem olmak üzere altı bölümden oluşmaktadır. Bu altı bölümden her birisinin kendisine has bazı özellikleri bulunmaktadır.

Topkapı Sarayı Müzesi'nde 79.017 eser vardır (WEB_8, t.y.). Sarayda Çin Porselenleri koleksiyonu, altın işlemeli ve değerli taşlarla süslü tahtları, sultan kostümleri, hazine dairesinde sergilenen değerli taşlarla süslü mücevherleri, nadir el yazması kitapları ve harem bölümü en merak uyandıran bölümleri olarak sayılabilir Topkapı Sarayı Müzesi'nde bulunan eserlerin sayısı ve türleri göz önünde bulundurulduğunda, Topkapı Sarayı Müzesi'nin bu eserler nedeniyle taşınır kültür varlıkları açısından da çok önemli bir yapı olduğu rahatça söylenebilir.

Bab-ı Hümayun; sarayın Fatih Sultan Mehmed devrinde Ayasofya tarafındaki ana girişi olarak yapılan kapısıdır. Giriş kapısının üzerindeki kitabede sarayın kuruluşuna dair bilgi verilmektedir.

Birinci Avlu'ya geçiş Bâb-ı Hümayun kapısından gerçekleşir. Saray'ın halka açık tek bölümü olan bu avlu çeşitli tören ve alaylara sahne olurdu. Avluda Orta Kapı yakınında yer alan ve günümüze sadece temel kalıntıları ulaşan Deavi Kasrı, halkın arzuhâllerini Saray'a ilettiği yerdi. Avlunun sol tarafında Odun Ambarı Ocağı ile Hasırcılar Ocağı (bu alana 19. yüzyıl sonunda inşa edilen idare, karakol binası ile arkasındaki Patrikhane Sarayı'nın kalıntıları günümüze ulaşmıştır), Aya İrini (Saint İrene) Kilisesi ve Darphâne-i Âmire; sağ tarafında ise Maliye Nezareti, Enderun Hastanesi, Saray için ekmek ve simit imal eden fırınlar, Has Fırın Camii ve görevlilerin kaldığı mekânlar, II. Mahmud devri çeşmesini içeren erken devir bir su terazisi ile Orta Kapı'ya yakın bir yerde Cellat Çeşmesi

olarak bilinen ikinci bir çeşme yer alırdı. Bu avluda yer alan en eski yapı Patrikhane Sarayı Kilisesi olarak inşa edilen Aya İrini kilisesidir (WEB_8, t.y.).

Asıl Saray bölümüne girişi sağlayan ve Orta Kapı da denilen, Bâbüsselâm adındaki iki kuleli kapı, Topkapı Sarayı'nın ve İmparatorluğun ihtişamının bir simgesi olarak değerlendirilmektedir. 16. ve 17. yüzyıllarda çeşitli tamiratlar gören bu kapıdan sadece sultanlar atlarıyla girebilirdi ve sadrazamlar ve diğer devlet çalışanları atlarından inerler, saray kadınları ise saltanat arabaları ile geçerlerdi. Günümüzde müze ziyareti bu kapıdan başlamaktadır (WEB_8, t.y.).

III. avlu olan Enderun Avlusu kale içindeki bir iç kale gibidir. Daha çok koğuşların bulunduğu bir mekân olan bu avlu yaklaşık dokuz dönüm kadardır. Babüssaâde'den girilen avluda ilk karşılaşılan yapı Arz Odası'dır. Arz Odası'nın hemen arkasında III. Ahmed Kütüphanesi, avlunun sağ yanında Enderun Mektebi, Meşkhâne, Seferli Koğuşu, Fatih Köşkü ve Sultan II. Selim dönemine ait bir hamam kalıntısı; avlunun sol yanında ise Mukaddes Emanetler'in saklandığı dört kubbeli Has Oda (Hırka-i Saadet Dairesi), Has Oda Koğuşu, Ağalar Camii, Babüssaâde'nin iki yanında Büyük ve Küçük Oda Koğuşları, Akağalar Koğuşu ve Kuşhâne, karşıda ise Hazine Koğuşu, Silahdar Hazinesi, Kilerli Koğuşu yer almaktadır (WEB_8, t.y.).

IV. avlu yani Sofa-i Hümayun, Has Oda'nın çift sıra sütunlu geniş revağının açıldığı Mermer Sofa olarak bilinen terastır ve çiçek bahçeleri ve mermerden yapılmış havuzuyla Topkapı Sarayı'nın en gözde mekânlarından biridir. Mermer Sofa'da Sünnet Odası, İftariye Kameriyesi, Revan Köşkü ve Bağdat Köşkü yer alır. Mermer Sofa'dan üç metre uzunluğundaki bir merdivenle Sofa-i Hümayun'a; Lale Bahçesi'ne geçilir. Sofa Köşkü ile Hekimbaşı Kulesi'nin bulunduğu bu yer, aynı zamanda çiçek bahçesidir. Buradan Marmara Denizi yönünde inilen son terasta ise Mecidiye Köşkü ve Esvap Odası ile Sofa Camii yer almaktadır (WEB_8, t.y.).

Sultanların aileleri ile birlikte yaşadığı Harem Dairesi, 16. yüzyıldan 19. yüzyıl başlarına kadar çeşitli dönemlerin mimari üslup özelliklerini yansıtmaları sebebiyle mimarlık tarihi açısından son derece önemli bir yapıdır. Daire, Saray'daki selamlıktan ve yönetim işlevlerinin gerçekleştiği diğer avlulardan yüksek duvarlarla ayrılarak gizlenmiştir. Harem'deki yoğun yapılaşma ve örgütlenme, Kanuni Sultan Süleyman'ın Haseki Hürrem Sultan ve ailesiyle birlikte Topkapı Sarayı Haremi'ne taşınmasıyla başlamış ve 18. yüzyıla kadar sürmüştür. Harem'de üç yüzden fazla oda, dokuz hamam,

iki camii, bir hastane, koğuşlar ve çamaşırlık bulunmaktadır. Harem'in genel yapısı, birbiri ardına sıralanan avlulardan oluşur. Bu avlular ile ayrılan kapı girişleri sonrasında koğuşlar, odalar, köşk ve hizmet binaları yer almaktadır (WEB_8, t.y.).

3.1. TOPKAPI SARAYI MÜZESİNİN TURİZM AÇISINDAN ÖNEMİ

Topkapı Sarayı Müzesinin ülkemizin sahip olduğu en önemli kültür varlıkları arasında olduğu kabul edilen bir gerçektir. Bir ülkenin kültür varlıkları o ülkenin kültürünü tanıtmada, muhaza edilmesi ve korunmasında ve ekonomik açıdan en değerli varlıklarındandır. 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu'nda Kültür varlıkları şu şekilde açıklanmaktadır:

“Tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarihi devirlerde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya su altındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıklardır” (Resmi Gazete, 1983).

Kültürel varlıklar, hemen hemen tüm turizm türleri için ürünün zenginleştirici bir elemanı olarak görülebilir (Gülcan, 2010, s. 111). Türkiye kültür varlıkları bakımından son derece zengin bir ülkedir. Türkiye'nin sahip olduğu kültür varlıklarının zenginliği turizm sektöründe kullanılarak ülke ekonomisi, ülke tanıtımı için büyük önem taşımakta ve bu kültürel zenginlik turizm sayesinde korunarak gelecek nesillere aktarılabilmektedir.

Topkapı Sarayı Müzesi, sanat, dil, tarih, din, mimari yapı, yaşam tarzı gibi çok çeşitli unsurları kapsamaktadır. Türk toplumunun tarihsel ve toplumsal gelişme sürecinde yarattığı maddi ve manevi değerlerinin yanısıra, kültürümüzün tarih, felsefe, ahlak, bilim, sanat, spor, ekonomi, eğitim, hukuk, sağlık gibi alanlardaki yansımalarına tanıklık eden ve ettiren benzersiz bir kültürel varlık olarak değerlendirilebilir.

Turizm Bakanlığının 2019 yılında yayınladığı tescilli yapılar listesine göre Türkiye'de bulunan 113.137 adet tescilli yapının (WEB_3, 2019) %28,34'ü (32068 adet) İstanbul'da yer almaktadır (WEB_4, 2019). Bu oran yaklaşık olarak Türkiye'de bulunan bütün tescilli yapıların üçte birine karşılık gelmektedir. Rakamsal ifadeler İstanbul'un kültür turizmi açısından taşıdığı önemi vurgulamaktadır. Dünya Turizm Örgütü'ne göre kültür turizmi,

en fazla gelişme gösteren turizm türlerindendir ve bu gelişme sürecinin katlanarak devam edeceği öngörülmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007, s. 30).

İstanbul, 1985 tarihinde UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 4 ana bölüm olarak alınmıştır: Hipodrom, Ayasofya, Aya İrini, Küçük Ayasofya Camisi ve Topkapı Sarayı'nı içine alan Arkeolojik Park; Süleymaniye Camisi ve çevresini içine alan Süleymaniye Koruma Alanı; Zeyrek Camisi ve çevresini içine alan Zeyrek Koruma Alanı ve Tarihi Surlar Koruma Alanı (WEB_5, t.y.). İstanbul'un Dünya Miras Listesi'ne alınan bu dört bölümünün hepsi tarihi yarımada da bulunmaktadır.

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne hazırlanan turizm istatistikleri raporunda belirtildiğine göre, İstanbul 2019 yılında 14 milyon 906 bin 663 yabancı turisti ağırlamıştır (WEB_6, 2020). İstanbul'a gelen turistlerin gezilecek yerler listesinde ön sıralarda yer alan Topkapı Sarayı Müzesi, 2019 yılında 3 milyon 4 bin altıyüz yirmi kişiyi ağırlayarak Türkiye ekonomisi ve Türk kültürünün tanıtımı için ne denli değerli bir kültür varlığı olduğunu kanıtlamıştır (WEB_7, 2019).

3.2. TOPKAPI SARAYI MÜZESİ TURİZM METİNLERİNİN İNCELEMESİ

Topkapı sarayı profesyonel turist rehberlerinin liderliğinde hareket eden sayısız yerli ya da yabancı turist gruplarının yoğun ilgisiyle karşı karşıyadır. Bu gruplara yapılan bilgi ve kültür aktarımı, sarayda yaşanan izdiham, grupların günlük tur programlarında yaşanan yoğunluk ve topkapı sarayının büyüklüğü nedeniyle turist rehberlerinin verdiği bilgilerle sınırlı kalmaktadır. Diğer bir ifadeyle, sarayı rehberleri eşliğinde gezen turistlerin büyük bir çoğunluğu Topkapı Sarayındaki bilgilendirme panolarını okumaya fırsat bulamamaktadır. Sarayı bireysel olarak gezen turistler ise iki yöntem aracılığıyla gereksinim duydukları bilgilere ulaşabilmektedir: Sesli rehber aygıtı kiralamak ya da sarayda yer alan bilgilendirme panolarındaki turizm metinlerini okumak. Çeşitli dillerde temin edebilecekleri sesli rehber pratik bir yöntem gibi gözükse de, bu cihazları kiralamak için beklenmesi gereken uzun kuyruklar, topkapı sarayının büyüklüğü, birçok mekanın restorasyon nedeniyle kapalı olması ve gene izdiham nedeniyle sesli rehberde öngörülen tur güzergahını takip etmede yaşanan zorluklar birçok turistin bu yöntemi tercih etmesinin önünde bir engel oluşturmaktadır. Bu nedenle gerekli bilgilendirme ve kültür

aktarımının yapıldığı panolarda, broşürlerde, katalog ve kitapçıklarda yer alan turizm metinleri bilgi ve kültür aktarımı açısından büyük önem taşımaktadır.

Topkapı Sarayı Müze kompleksi genelinde bilgilendirme panosu ve tabelalarda nesnel bir dil kullanılmıştır. Her yapının girişinde ve iç mekanlarda vitrinlerin yanlarında yer alan bilgilendirme panolarında eserlerin ne olduğu, hangi amaçla kullanıldıkları, hangi tarihte yapıldıkları ve eserlerle ilgili kişilerin isimleri yer almaktadır. İç mekanlardaki bilgilendirme panolarında zaman zaman coğrafi haritalar ve dönemsel genel tarihi bilgiler verilmiştir. Ziyaretçileri bilgilendirme amaçlı çeşitli mekanlara yerleştirilen çok sayıda tanıtım panosu ve tabelası, eserlere ait tarihsel dönemlere, yapısal ya da sanatsal özelliklere ilişkin türlü bilgiler vermekte, ancak genel olarak verilen bilgilerin oldukça uzun metinler aracılığıyla aktarıldığı görülmektedir. Bilgilendirme panoları ve tabelalarda kullanılan metinler içerik odaklı bilgilendirme işlevli metinlerdir. Bu metinlerde eserleri, mimari özelliklerini ya da eser açıklamalarında değinilen ilgili diğer mekanlara ait övücü, merak uyandırıcı, niteliğe vurgu yapan alıcı odaklı yani çağrı işlevli ifadeler yerine daha ziyade bilgi verme işlevini öne çıkaran nesnel ifadeler kullanılmıştır. Özel konularda özel bilgiler veren içerik odaklı metinlerin, göndermeleri olduğu gibi ifade etme konusunda; farklı bir kültürel sahnede en fazla etkiyi yapacak bilgileri metne dahil etmede ve gerekli yerlerde verilmek istenen bilgi doğrultusunda doğru vurguları yapma konusunda tutarsızlık gösteren metinler olduğu söylenebilir.

Metinler yoğun biçimde kamusal hayata, sosyal kültüre, kişisel yaşama, sosyal etkinliklere, gelenek ve göreneklere ve çevreye dair kültüre özgü sözcüklerle yüklüdür. Bu unsurlar arasında coğrafi isimler, etnik içerikli isimler, rütbelere, yiyecek isimleri, çiçek isimleri ve dini ilgilendiren sözcükler ağırlıklı olduğu gözlenmiştir. Osmanlıca sözcükler ya da Osmanlı-Türk kültürüne özgü kavramlar yetersiz açıklama nedeniyle metin ile alıcı kitlesi arasında bir uzaklık yaratmaktadır. Kültüre özgü unsurlar açısından kaynak dil okuru için bile okuma hızını yavaşlatan, metni anlamayı zorlaştıran ifadeler ek olarak, çoğu metinde yer alan gereksiz ya da yerinde verilmeyen bilgiler, metinlerin akıcılığını ve okunurluğunu olumsuz yönde etkilemektedir.

Metinler bütün olarak değerlendirildiğinde imla hataları, bozuk cümle yapıları, terim kullanımında istikrarsızlıklar göze çarpmaktadır. Metinlerde çoğunlukla kurallı cümleler kullanılmış; bilgilendirme işlevi ön planda tutularak, coşku işlevi göz ardı edilmiştir. Bunun temel nedeni bilgilendirme işlevinin bilimsel dil kullanımını gerektirmesi olmakla

birlikte özellikle coşku uyandırıcı güçlü olumlu sıfatların kullanımına çok az yer verilmiştir. Daha ziyade uzun ve karmaşık cümleler vasıtasıyla bilgi aktarımı yapılmıştır. Genel olarak metinlerin uzunluğu; okunma sıklığı ve ziyaretçilerin ilgisi açısından, kültüre özgü unsurların yoğunluğu da göze alındığında ciddi bir sorun olarak kendini göstermektedir.

Metin dışı incelemede bilgi panosu ve tabelaların kimin tarafından yazıldığı bilgisine ulaşılammıştır. Metinler neredeyse tek bir kişinin kaleminden çıkmış izlenimi vermektedir. Müzenin internet sitesinde Topkapı Sarayı Müzesi ile ilgili yapılan araştırma çalışmalarının sonuçlarının Milli Saraylar İdaresi Başkanlığınca hazırlanan bilimsel nitelikli dergi, kitap, katalog gibi yayınlarla, yerli ve yabancı araştırmacı ve ziyaretçilere duyurulduğu ve tanıtıldığı ibaresi yer almakta; fakat sarayda yer alan bilgilendirici metinlerin kim tarafından hazırlandığı bilgisine rastlanmamıştır. Dikkat çeken diğer bir husus müzenin resmi internet sitesinde yer alan bilgilendirici metinlerin farklı bir kişi ya da kişiler tarafından kaleme alındığının açıkça görülmesidir. Müze müdürlüğü ile şahsen yapılan görüşmede metin yazarları ve çevirmen konusunda bilgi verilmemiş; sadece metinlerin İngilizce'ye çevirisinde Türkçe bilen ve anadili İngilizce olan Amerikalı bir hanımın hizmetinden yararlanıldığı söylenmiştir. Konu hakkında daha etraflı bir bilgiye ulaşma talebi ve gayreti cevapsız kalmış ve sadece 2019'un Ağustos ayında metinlerin yenileneceği bilgisi verilmiştir. Orijinal metinlere ulaşmam ve fotoğraf yasağı olan bölümlerde metinlerin fotoğrafını çekme konusunda yardımcı olunmamıştır. Bu konuda, Milli Saraylar aracılığı ile gereken izinleri alma ve fotoğraf çekme izin bedeli olan 5.000 TL'yi gerekli merciğe ulaştırmak gerektiği söylenmiştir.

1991 yılından beri Topkapı Sarayı Müzesine anadili İngilizce olan turist gruplarına rehberlik etmem nedeniyle yeni pano ve tabelaları eskileriyle karşılaştırabilme şansım olmuştur. Ancak temel değişiklik, daha önce ziyarete açık olmayan yerlere yerleştirilen panolar ve tabelaların görsel açıdan sunumunda olmuştur. Metin içi unsurlarda yoğun bir değişiklik ya da güncelleme olduğu düşünölmemektedir.

3.3. TOPKAPI SARAYI MÜZESİ TURİZM METİNLERİNİN ÇEVİRİ DEĞERLENDİRMESİ

Topkapı Sarayı bilgilendirme pano ve tabelalarında seçilen erek dil İngilizce'dir. Kültüre özgü unsurlarla yüklü Türkçe metinlerde verilen bilgiler erek dil olarak İngilizce'ye çevrilmiştir.

Bu çalışmada, profesyonel turist rehberlerinin bilgilendirme amaçlı iletileri ve işitsel rehber aygıtlarındaki çeviriler başka araştırmaların konusu olarak ele alınmayı gerektirdikleri düşüncesiyle kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırmada yer alan incelemeler müzede bulunan bilgilendirme amaçlı pano ve tabelalarla sınırlı tutularak konunun daha etraflıca araştırılabilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca, son yıllarda turizm sektöründe yaşanan krizler nedeniyle Türkiye'de ziyaretçi profili ve turizm çeşitliliği açısından ciddi değişimler yaşanmaktadır. Anadili ya da ikinci dili İngilizce olan batı kökenli turist gruplarının yerlerini, anadili Arapça olan doğu kökenli münferit gruplara bıraktığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle Topkapı Sarayı Müzesi'nde rehberlik hizmetlerini turist rehberlerinden İngilizce alan turist gruplarına nadiren denk gelinmektedir.

Topkapı Sarayı turizm metinleri çeviri incelemesinde, Topkapı sarayında ziyarete açık bölümlerde yer alan turizm metnlerinin İngilizce'ye çevirileri değerlendirilecektir. Sarayda yer alan metinlerin tamamına, bazı bölümlerin restorasyon nedeniyle kapalı olması ve iç mekanların çoğunda geçerli olan fotoğraf yasağı nedeniyle erişim sağlanamamıştır. Metinlerin yer aldığı panoların görsellikleri hakkında fikir vermesi açısından beş adet panonun fotoğrafı incelemeye eklenmiştir. Covid-18 pandemisi uyarınca alınan önlemlere istinaden müze ve sarayların belirsiz süreliğine kapanması nedeniyle çalışmada yer almaya uygun olmayan fotoğrafların yeniden çekimi yapılamamıştır.

Değerlendirmede, Topkapı Sarayı Müzesinde yer alan farklı uzunlukta yirmi adet turizm metninin incelemesine yer verilecek; çeviri değerlendirmesinin kuramsal çerçevesinde, Venuti'nin (1995) "yerlileştirme" ve "yabancılaştırma" stratejileri ile Davies'in (2003) kültürel aktarımda öne çıkardığı mikro çeviri stratejilerinden faydalanılacaktır. Topkapı Sarayı Müzesi turizm çevirileri kültürel aktarım çerçevesinde incelenecektir. Bu amaçla müzede yer alan turizm tanıtım metnlerinin farklı alıcı kitlelerine uygunluğu, çevirinin içeriğinin kaynak metinle uyumu, sözdizimin anlamsal

yorumlaması değerlendirilecek; kültüre özgü unsurların aktarımında benimsenen yöntemler ve stratejiler irdelenecektir.

Değerlendirmeye tabi tutulan metinlerde dikkat çeken imla, yazım, dilbilgisi hataları; sözcük dizimi nedeniyle yeterince açık olmayan ifadeler metnin niteliğine dair okur algısını olumsuz yönde etkilemekte ve düzeltme aşamasında eksikliğe işaret etmektedir. Hatalı cümle kurgularının metinlerde anlam açıklığına engel olduğu söylenebilir.

1. TOPKAPI SARAYI (1)

1)Topkapı Sarayı, Osmanlı sultanlarının ikametgâhı, devletin yönetim ve eğitim merkezidir. 2)Fatih Sultan Mehmed, Beyazıt'ta bugünkü İstanbul Üniversitesinin bulunduğu yerde, daha sonra "Eski Saray" olarak anılacak olan bir saray yaptırmıştır. 3)Fatih, bu ilk saraydan sonra, önce Çinili Köşkü, ardından da yapımı tamamlandığında yerleşecek olduğu Topkapı Sarayını Boğaz, Haliç ve Marmara Denizi'ne hâkim bu müthiş yere, fetihten kısa bir süre sonra yaptırmaya başlamıştır. 4)Bütün padişahlar saraya bir şeyler ekledikleri için saray zaman içinde neredeyse organik olarak büyümüştür. 5)Bu büyümede Osmanlı devlet felsefesinin büyük rolü olmuştur.

6)Topkapı Sarayının planı; çeşitli avlular ve bahçeler arasında devlet işlerine ayrılmış daireler, hükümdarın ikametgâhı olan bina ve köşkler ile Sarayda yaşayan görevlilere mahsus

TOPKAPI PALACE (1)

1)Topkapı Palace was the resident of Ottoman sultans, and center of state management and education. 2)Mehmed the Conqueror ordered the construction of a palace in Bayezid, at the location of Istanbul University at the present that would later be called as the "Old Palace". 3)Mehmed the Conqueror started the construction Tile Pavilion soon after this palace and following the conquest, he began construction of Topkapı Palace at this magnificent location dominating the Bosphorus, the Golden Horn and Marmara Sea. 4)Almost all Sultans added something to the Palace so that it grew, almost organically, in time. 5)This growth was mainly caused by Ottoman state philosophy.

6)The plan of Topkapı Palace is composed of rooms reserved for state affairs among a few yards and gardens, the building and pavilions where sultan resides and, buildings for the officials

binalardan oluşur. 7)Buradaki son bina da **Mecidiye Köşkü**'dür 8)isminden de anlaşılacağı gibi **Dolmabahçe**'ye taşınmadan önce, **Sultan Abdülmecid** yaptırmıştır.

9)Osmanlı padişahları tevazu salık veren **İslâm etiğiyle** bağdaşır bir şekilde çok gösterişli bir saray yaptırmamışlardır. Binaların ebatları abartılmamış, çok azı iki kattan daha yüksek yapılmışlardır.

11)Topkapı Sarayı, Osmanlı monarşisi 1922'de kaldırıldıktan sonra, 3 Nisan 1924'te **Mustafa Kemal Atatürk**'ün emriyle müzeye dönüştürülmüştür. 12)Birçok bina, bilhassa deniz kenarındaki **köşkler** 20. yüzyılı görememiştir.

living in the **palace**. 7)The last added part is **Mecidiye Pavilion**. 8)As its name suggests, it was constructed by **Sultan Abdülmecid** before moving to **Dolmabahce Palace**.

9)The Ottoman Sultans, in harmony with **Islamic ethics** which commend modesty, did not try to build an ostentatious **Palace**. 10)The proportions of the buildings are held on the human scale and very seldom they are higher than two floors.

11)Topkapı Palace was transformed into a museum in 3 April 1924, by the command of **Ataturk** following the removal of Ottoman monarchy in 1922. 12)Many buildings were unable to survive in 20th century, especially the **Pavilions** built by the seaside.

Sarayın giriş kapısında yer alan ve ziyaretçilerin karşılaştıkları ilk metindir. Topkapı Sarayı Müzesi ziyareti ile ilgili karara etki edebilecek, kritik bir metin olarak değerlendirilebilir. Bilgilendirme işlevini yerine getiren içerik odaklı metinde nesnel fakat akıcı olmayan bir dil kullanılmıştır. Cümlelerin uzunluğu ve karmaşık yapısı dikkat çekmektedir. Yabancılaştırma yaklaşımının üst çeviri stratejisi olarak benimsendiği metinde, kültüre özgü unsurlar daha ziyade biçimsel ve anlamsal aktarım yoluyla, erek metinde muhafaza edilmiştir. Parantez içi açıklama, dipnot kullanımı ya da açıklama yoluyla kültürel aktarıma hizmet edecek eklemelere rastlanmamıştır. Bu yönüyle metnin çağrışımsal anlamı gözetilmemiştir. Kaynak metindeki özel isimler, yer isimleri erek dile aktarılırken başvuru olan diğer bir yöntem ise söz konusu öğelerin erek metin içerisinde erek dildeki sesletime uydurularak aktarılmasıdır. Metnin uzunluğu, bağlamda önceliksiz görünen konulara yapılan gereksiz vurgular ve yöntem uygulamalarında gözlemlenen

tutarsızlık çeviri sürecinde dikkatli bir planlama yapılmadan acele kararlar alındığı duygusu uyandırmaktadır.

Metinde dilin çağrı işlevi kullanılmamış; coşku ve merak uyandıran, anlamı pekiştiren güçlü sıfatlara bir iki örnek dışında neredeyse hiç yer verilmemiştir. Çeviri stratejileri uygulamalarında görünen tutarsızlıklar metnin kültürel aktarım ve işlevsellik açısından toplumsal işbirliği çerçevesinde etraflıca değerlendirilmediğine işaret etmektedir.

İlerleyen paragraflarda metin, cümlelere bölünmek suretiyle birer birer ele alınacaktır.

1) Topkapı Sarayı ifadesi doğrudan aktarım ve düz anlam çevirisi yöntemi kullanılarak erek dile, **Topkapı Palace** olarak aktarılmıştır. **Osmanlı Sultanları** ifadesinde; **Osmanlı** sözcüğü erek metinde daha önceden terimleşmiş ve yaygın kullanım kazanmış **Ottoman** ifadesi ile karşılanmıştır. Bu noktada, erek kültüre uygun bir ifadenin seçimiyle kültürel aktarım gerçekleştirilmiştir. **Sultanlar** sözcüğü doğrudan aktarım aracılığıyla erek metne **Sultans** olarak çevrilmiştir ve bu açıdan yabancılaştırma üst stratejisi çerçevesinde ele alınmıştır.

Erek metne eklenen “and” bağlacı, Osmanlı Saltanat ailesinin yaşadığı mekan olarak sarayı ön plana çıkarmakta ve bu yönüyle anlamı açıklamaktadır. Kaynak metinde geniş, erek metinde geçmiş zaman kipi tercih edilmiştir.

2) Fatih Sultan Mehmet söz öbeğinin çevirisinde, kültürel aktarıma hizmet edecek yönde erek dilde yaygın kullanım kazanmış **Mehmet the Conqueror** ifadesine yer verilmiştir. Semt ismi olarak **Beyazıt** sözcüğü, erek dile uygun sesletim yapılarak **Bayezid** sözcüğü olarak; **İstanbul Üniversitesi** ifadesi doğrudan aktarım ve düz anlam çevirisi yapılarak aktarılmıştır. “Eski Saray” söz öbeği, “Old Palace” ifadesiyle erek metinde karşılığını bulmuş, ancak erek metinde olması gereken “the” tanımlık eki unutulmuştur.

“...in **Bayezid**, at the location of **Istanbul University** at the present...” ifadesinde geçen yer adlarının coğrafi konum olarak okurun zihninde çağrışım uyandırmadığı ve işaret etme işlevini yerine getirmediği düşünülebilir. Bu noktada metni gereksiz yere uzatan belirsiz bir cümle olarak değerlendirilebilir.

3) Fatih ifadesi, padişah **Fatih Sultan Mehmet**’e karşılık gelmektedir. Erek metinde **Mehmed the Conqueror** ifadesi tercih edilerek özel isim ile olan ilişkisi korunmuş ve kültürel aktarım gerçekleştirilmiştir. **Çinili Köşk** ifadesinde yer alan **Köşk** sözcüğünün karşılığı olarak **Pavillion** kelimesi tercih edilerek erek okurun tanışıklık yaşamasına ve

mekanın tarihiyle özdeşlik kurmasına imkan tanınmıştır. **Çini** sözcüğünün çevirisinde düz anlam çevirisi yapılmıştır. **Boğaz** ve **Haliç** ifadeleri erek dilde kabul gören yaygın kullanımlarıyla **Bosphorus** ve **the Golden Horn** olarak aktarılmış; **Marmara Denizi** sözcük öbeğinde doğrudan aktarım ve düz anlam çevirisine başvurulmuştur. Marmara Sea ifadesinin başında olması gereken “the” sözcüğü atlanmıştır. Erek dilde **magnificent** sözcüğü ile karşılanan **müthiş** ifadesi metinlerde rastlanan sıfat kullanımının ender örneklerindendir. Sarayın konumunun benzersizliğine işaret etmek istemektedir. Ancak metinde yer alan kültüre özgü unsurlar nedeniyle benzer çağrışımın erek okur için geçerli olduğundan söz edilemez.

Kaynak metinde geçen “öncesinde”, “sonrasında” ifadeleri okurda sarayların yapılış sıralarıyla ilgili kafa karışıklığına neden olmakta ve “fetihten hemen sonra” ifadesi vurguyu zamansal ifadeye yönlendirmektedir. Halbuki fetihten önce sırasıyla, Eski Saray ve Çinili Köşk’ün yaptırıldığı ve fetihi takiben Topkapı Sarayının yapımına başlandığı bilgisi verilmek istenmektedir.

4) **Padişahlar** sözcüğünün aktarımında **Sultans** ifadesine sadık kalınması kültürel aktarıma hizmet eden bir karar olarak yorumlanabilir. Erek metinde “cins” isim olarak geçmesine rağmen, erek metinde **Palace** kelimesi büyük harfle yazılarak özel isme dönüştürülmüştür. Ancak daha sonra gelen cümlelerde aynı sözcüğün küçük harfle yazıldığı görülmüştür. Aktarımda tutarsızlık örneği olarak kabul edilebilir.

5) Osmanlı devlet felsefesi söz öbeğinin Ottoman state philosophy olarak aktarılması kabul gören genel kullanım ve birebir düz anlam çevirisine işaret etmektedir. Cümle anlamda açık olmayan bir cümle olarak değerlendirilebilir. Metinde anlatılmak istenen her sultanın, Osmanlı devlet felsefesi doğrultusunda saraya ekleme yaptığı ve bu nedenle sarayın süreç içinde neredeyse organik bir biçimde büyüdüğüdür. Fakat burada sözü edilen “Osmanlı devlet felsefesi” harekete geçiren neden olarak anlaşılamayan muğlak bir ifade olarak kalmıştır.

6) Kaynak metinde **daireler** kelimesi daha ziyade çalışma alanına işaret eden yer; “ofis” anlamında kullanılmış; erek metinde yaşama alanına işaret eden **room** kelimesiyle birebir düz anlam çevirisi yapılmıştır. Bu noktada kültürel aktarıma hizmet etmeyen bir çeviri stratejisi olarak süreçte yerini almıştır. **Hükümdar** kelimesi **Sultan** olarak çevrilmiştir. Bu yönüyle metinde terimsel tutarlılığın sağlandığı söylenebilir.

Erek metinde, **Saray** kelimesi büyük harfle yazılarak cins isim kullanımından uzaklaştırılmıştır. Bu metinde **palace** sözcüğü daha önceki kullanımının aksine küçük harfle yazılmıştır. Kültüre özgü sözcüklerin aktarımına ilişkin uygulamalarda tutarsızlık olarak değerlendirilebilir.

7) **Mecidiye** sözcüğü doğrudan aktarım tekniği ile erek metne geçirilmiş; **Köşk** kelimesi **Pavillion** sözcüğü ile karşılanarak metinde terimsel istikrar sağlanmıştır.

Kaynak metinde Mecidiye Köşkünün saraydaki son bina olması ile ilgili bir anlam kayması farkedilmekte; anlam kaymasının erek metinde düzeltildiği görülmektedir: **Mecidiye Köşkü** saraydaki son bina değildir; saraya eklenen son binadır. Ayrıca erek metinde cümle sonuna “nokta” işareti konulmamıştır.

8) Kaynak metinde yer alan **Dolmabahçe** ifadesi, sesletim yoluyla erek metne **Dolmabahce** olarak doğrudan aktarılmış ve ifadeye **Palace** sözcüğü eklenerek anlamsal eşdeğerlik sağlanmıştır. Bir önceki cümlede yapılan imla hatası bu cümleye de yansımış ve cümle küçük harfle başlamıştır. Ayrıca “...isminden de anlaşılacağı gibi Mecidiye Köşkü Sultan Abdülmecid tarafından yapılmıştır” cümlesi varsayım içeren bir cümle olarak değerlendirilebilir. Erek okurun **Sultan Abdülmecid** ile **Mecidiye Köşkü** arasındaki bağlantıyı kurması beklenemez. Bu yönüyle kültürel aktarıma hizmet etmeyen gereksiz bir ifade olarak değerlendirilebilir.

9) Erek metinde geçen **tevazu** kelimesinin, metinde sözcüğün ilk anlamına dayanarak **modesty** olarak aktarıldığı görülmüştür. Bu karar, sözcüğe kaynak metindeki arkaik özelliğinden çıkarıp gündelik bir özellik kazandırmıştır. Her iki metinde de rastlanan olumsuz cümle yapısı metnin akıcılığına etki eden bir unsur olarak değerlendirilebilir.

10) Erek metindeki **çok azı** ve **yapılmışlardır** sözcükleri arasındaki özne-fiil uyumsuzluğu dilbilgisi hatası olarak değerlendirilebilir. Erek metinde “pek nadiren” anlamına gelen **very seldom** ifadesi eklenerek olumsuz yapı olumluya dönüştürülmüş; böylece metnin akıcılığı sağlanmıştır.

11) Kaynak metinde geçen **Mustafa Kemal Atatürk** ifadesi **Atatürk** olarak erek kültürde genel kabul gören şekliyle ve sesletim yapılarak erek metinde muhafaza edilmiş; **Mustafa Kemal** ifadesi erek metinden çıkartılmıştır. Kültürel aktarım gerçekleşmiştir. Ancak daha sonraki uygulamalarda Atatürk yerine Mustafa Kemal ifadesinin kullanılması tutarsızlık örneği olarak değerlendirilebilir.

12) **Pavillions** kelimesi metin içinde bir kez daha büyük harfle yazılarak özel isim olarak kullanılmıştır. Bu kararın, metnin genelinde hissedilen terimsel tutarsızlığa örnek oluşturan uygulamalardan olduğu söylenebilir.

2. TOPKAPI SARAYI (2)

1)İstanbul 1453 yılında fethedildikten sonra, **Fatih Sultan Mehmed** (1451-1481) tarafından **Marmara Denizi, İstanbul Boğazı** ve **Haliç** arasında yükselen tarihi İstanbul yarımadasının ucundaki **Doğu Roma** akropolü üzerine 1460-1478 yılları arasında inşa ettirilmiştir. 2)Yaklaşık **700 bin metrekarelik** bir alana yayılan **Topkapı Sarayı**, deniz tarafında **Doğu Roma surları**, kara tarafında ise **Fatih Sultan Mehmed** tarafından yaptırılan ve **Sur-ı Sultani** adı verilen surlar ile şehirden ayrılmıştır. 3)Sultan **Abdülmecid**'e (1839-1861) kadar Osmanlı Sultanlarının resmi ikametgâhı olan **Topkapı Sarayı**, yaklaşık dört yüzyıl süreyle **İmparatorluğun** idare, eğitim, sanat **merkezi**, ve **padişahın evi** olarak kullanılmıştır. 4)19. yüzyılın ortalarında hanedan **Dolmabahçe Sarayı**'na taşınmış, **Hazine** ve **Mukaddes Emanetler**'in burada bulunması sebebiyle önemini hiçbir zaman yitirmemiştir. 5)Cumhuriyet'in ilanından sonra 3 Nisan 1924'te **Mustafa Kemal Atatürk**'ün emriyle müze haline getirilmiştir.

TOPKAPI PALACE (2)

1)The construction of **Topkapi Palace** took place between 1460 and 1478, ordered by **Mehmed the Conqueror** (1451-1481), following the conquest of **Constantinople** in 1453, atop the **Byzantine** acropolis at the tip of the historical **Istanbul** peninsula, overlooking the **Golden Horn**, the **Bosporus Strait**, and the **Marmara Sea**. 2)The **Palace** covers an area of approximately **700 thousand square meters**. 2)On the side facing the sea, it is surrounded by '**Royal Walls**' (**Sûr-ı Sultani**), commissioned by **Mehmed the Conqueror** himself. 3)The palace served as the official residence of the Ottoman Sultans until **Sultan Abdulmecid** (1839-1861) as well as served as the **Ottoman Empire's** official center of administration, education, and art for approximately four centuries. 4)The dynasty moved to **Dolmabahçe Palace** in the mid19th century; however, despite this, **Topkapi Palace** never lost its importance because it houses both the Empire's Treasury as well as its **Sacred Trusts**. 5)After the proclamation of the

Republic of Turkey, **Topkapi** Palace was transformed into a museum by the decree of **Mustafa Kemal Atatürk** on April 3,1924.

Topkapı Sarayı hakkında genel bilgi veren bu metin ilk metnin yer aldığı ayaklı panonun arka yüzeyinde yer almaktadır. Verilen bilgide ilk metinde verilen bilgilerden bazılarının tekrara girdiği gözlenmiştir. Çok uzun, açık olmayan ifadeler ve yoğun şekilde kültüre özgü unsurlar içermektedir. Bilgilendirme işlevinin öne çıktığı, içerik odaklı, nesnel bir dilin kullanıldığı kaynak okur odaklı bir metin olarak değerlendirilebilir. Makro strateji olarak müzenin bilgilendirme panolarının genelinde benimsenen yabancılaştırma yöntemi üst strateji olarak göze çarpmaktadır. Kültüre özgü unsurların çevirisinde ve sesletim yoluyla doğrudan aktarım yapılmış; erek metinde daha önce terim olarak kabul görmüş yaygın kullanımlara yer verilerek kültürel aktarım gerçekleştirilmiştir. Metnin genelinde yabancılaştırma etkisi; metin ile erek okur arasında mesafe dikkat çekmektedir. Daha önceki metinden farklı olarak erek metinde anlam açılımı yapılmış ve kültürel sözcük parantez içinde eklenmiştir. Erek metinde göze çarpan gramer hatası ve daha önce sesletim yapılmadan doğrudan aktarılan kültüre özgü unsura sesletim yapılması dikkat çekmektedir. Kararın, metinde göze çarpan bir aktarım tutarsızlığı olarak öne çıktığı söylenebilir. Birbiri ardına okunan metinler olarak metinlerde görülen bilgi tekrarı metinlere tahsis edilen alanın yeterince işlevsel bir biçimde değerlendirilmediğini düşündürmektedir. Metinde ilk metne paralel, çağrı işlevi saptanmamıştır. Erek kültüre uygun ifadelerin seçimi dikkat çekse de metnin bütününde işlevselliği olumsuz yönde etkileyen uygulamalardan söz edilebilir.

1) İstanbul sözcüğünün erek dile **Constantinople** olarak aktarılması erek okur odaklı bir yaklaşım örneği olarak değerlendirilebilir. **Constantinople** yaygın olarak bilinen bir ifadedir. Öte yandan metinlerin genelinde yabancılaştırma eğiliminin görüldüğü bir metinde İstanbul şehrinin Bizans İmparatorluğu zamanından kalma ismiyle erek metne aktarılması dikkat çekicidir. Metinde geçen diğer “İstanbul” ifadelerinde aynı aktarımın yapılmadığı görülmektedir. Bu noktada metinde rastlanan aktarımın tutarsızlık gösterdiği düşünülebilir. **İstanbul Boğazı** söz öbeği, **Bosphorus** olarak daha önceden terimleşmiş bir ifadeyle aktarılmış, ancak bu metinde kelimeye “boğaz” anlamına gelen **Strait**

kelimesi eklenerek anlamsal eşdeğerlik sağlanmıştır. **Doğu Roma** sözcüğünün çevirisinde **Byzantine** ifadesinin tercihi dikkat çekicidir. Okurun tarih bilgisini gerektiren bu çeviri kararı ani verilmiş bir karar izlenimi uyandırmaktadır. Tarihi ve coğrafi açıdan yoğun bir metin olmakla birlikte, bilgilerin akışı nedeniyle erek metnin, kaynak metne oranla daha yalın bir metin olduğu söylenebilir.

2) Erek metin yalınlaştırma amacıyla kaynak metni ikiye ayırmıştır. Erek metinde, kaynak metinde olmayan bazı bilgilerin eklendiğini görülmektedir. **700 bin metre kare** ifadesi erek metne aynen aktarılmış; anlamsal aktarım yoluyla ölçü biriminin erek dildeki karşılığı verilmemiştir. İfadenin yüzölçümü birimi olarak karşılığının metne eklenmesinin mekansal algı konusunda her ulustan turistler için daha aydınlatıcı bir uygulama olacağı düşünülmektedir. Erek metinde geçen **Topkapı Sarayı** öbeği bu metinde **the Palace** olarak çevrilmiştir. Ancak cümle içinde cins isim rolü üstlenen **Palace** sözcüğünün büyük harfle başlatılması yazım hatası olarak değerlendirilebilir. **Doğu Roma surları** sözcük öbeği erek metinden çıkartılmıştır. Verilen bilginin yoğunluğu ve metnin uzunluğu göz önüne alındığında bu kararın erek okur lehine bir karar olduğu söylenebilir. “padişahlık, sultanlık” kavramlarıyla ilişkili **Sur-ı Sultani** ifadesi, yerlileştirme tekniğiyle erek metne “İmparatorluğa ait olan” anlamında **Royal Walls** olarak aktarılmış; **Sur-ı Sultani** ifadesi parantez içinde ek bilgi olarak verilmiştir. Kültüre özgü unsurun, erek metne doğrudan aktarılıp parantez içi ekleme ile çağrışımsal anlamının verilmesinin erek okur için daha anlamlı olacağı ve bütünce genelinde uygulanan stratejilerle uyumlu olacağı söylenebilir.

Erek metnin üçüncü cümlesinde yanlış çeviri dikkat çekmektedir. Doğu Roma surları sarayın deniz tarafında, Fatih Sultan Mehmed’in yaptırdığı Sur-i Sultani ise kara tarafında bulunmaktadır. Erek metinde verilen bilgi ise deniz tarafındaki duvarların Sur-i Sultani olduğu yönündedir. Kara tarafı duvarlarla ilgili bilgi metinden çıkartılmıştır. Bu hata, çeviri sürecinde dikkatsizliğe ve kalite kontrol eksikliğine işaret etmektedir.

3) Kaynak metindeki **İmparatorluk** sözcüğü erek metne, **Ottoman Empire** olarak çevrilmiştir. Kültürel aktarıma hizmet eden bir karar olarak değerlendirilebilir. Erek metinde geçen **merkezi** kelimesine erek metinde resmi anlamında **official** ifadesi eklenmiştir. Açıklaştırma amaçlı bir ekleme olduğu söylenemez.

Erek metinde aynı zamanda anlamında kullanılan as well as yapısı “served as well as served as” cümlesinde yanlış kullanılmıştır. Dilbisi hatasının yapıldığı bu cümle

“...served as a residence as well as the center....” şeklinde kurgulanmasının doğru uygulama olduğu düşünülmektedir.

4) Dolmabahçe Sarayı, erek metinde sesletim uygulanarak doğrudan aktarım ve düz anlam çevirisi yapılarak **Dolmabahçe Sarayı** olarak yerini bulmuştur. **Hazine**, sözcüğü **Treasury** olarak düz anlam çevirisiyle erek metne aktarılmış; erek metinde önüne **Empire’s** sözcüğü eklenerek anlam açıklanmıştır. **Mukaddes Emanetler** sözcük öbeği, **Sacred Trust** olarak erek metne aktarılmış ve düz anlam çevirisi yapılmıştır. Bu metinde de kültürel öğelerin aktarımında açılımcı eklemelere rastlanmamıştır. Kültüre özgü unsurların çevirisinde sık sık düz anlam çevirisine başvurulduğu gözlenmektedir. Erek metinde uzun, ağdalı cümlelerin yarattığı belirsizlikten sakınılmadığı; kültürel aktarımın gerçekleşmesine hizmet eden mikro stratejilerin kullanılmadığı dikkat çekmektedir. Okuma hızını yavaşlatacağı ve bu nedenle okuru rahatsız edeceği endişesiyle metne eklemeye yapılmasından ya da açıklamalı çeviriden kaçınılmış olabilir. Ancak gerekli görüldüğü durumlarda uygun yoğunluk ve miktarda metin içi eklemeye ya da açılımların kültürel aktarıma hizmet ettiği düşünülmektedir. Okurun dikkatini bozacak kapsamda eklemeler kültüre özgü unsurun abartılı bir şekilde ön plana çıkartılmasına neden olabilmektedir. Yine de unsurların çağrışımsal anlamlarını bir dereceye kadar anlaşılır kılmak adına zaman zaman devreye girmelerinde fayda olduğu düşünülmektedir.

Kaynak metinde geçen, “Dolmabahçe’ye taşınmış, Hazine ve Kutsal Emanetlerin burada olması nedeniyle önemini hiçbir zaman yitirmemiştir” cümlesindeki “burada” ifadesi nedeniyle, Hazine ve Kutsal Emanetlerin hangi sarayda olduğu net değildir. “Burada” yerine “Topkapı Sarayı’nda” ifadesinin daha uygun olacağı söylenebilir. Erek metinde ise “fakat” ve “buna rağmen” anlamlarına gelen “However” ve “despite this” benzer amaçlarla kullanılan ifadelerdir. Bu nedenle aynı cümlede arka arkaya kullanılmaları gerekli gözükmemektedir. Dahası bu aşırı kullanım, Dolmabahçe Sarayına taşınması ile ilgili olumsuz bir durum olduğu duygusu uyandırmaktadır

5) Cumhuriyet sözcüğü “Türkiye Cumhuriyeti yani **Republic of Turkey** olarak aktarılması kültürel aktarıma hizmet eden bir karar olarak değerlendirilebilir. Bilgilendirme amacı taşıyan içerik odaklı bir metin için uygun bir kullanım olduğu söylenebilir. **Mustafa Kemal Atatürk**, çıkarma ve sesletim yapılmadan erek dile aynen aktarılmıştır. Karar kültürel aktarıma hizmet etmektedir. Ancak daha önceki uygulamada

farklı ele alınması çeviride tutarsızlığa işaret etmekte ve bütünselliği olumsuz yönde etkilemektedir.

3. AVLU/ALAY MEYDANI

1)Saray'ın en geniş avlusudur. 2)Osmanlı padişahları sefere gidiş ve dönüşlerinde, Cuma selamlığı gibi alaylarda (törenlerde) ihtişamla bu avludan geçerlerdi. 3)Burası ayrıca çeşitli törenlerin öncesinde bir bekleme alanı olarak kullanılırdı. 4)Sarayda halkın belirli günlerde girerek devletle ilişkilerini sürdürebildiği, devlet adamları ve diğer saraylıların da atla girebildiği tek alandır.

5)Avlunun sol tarafındaki Odun Ambarı ve Saray'ın tüm mekânlarına hasır döşeyen Hasırcılar Ocağı günümüze ulaşmamıştır. 6)Bu alana 19. yüzyıl sonlarında Karakol inşa edilmiştir. 7)Aya İrini Kilisesi ise Fatih Sultan Mehmed döneminden itibaren Cebehane olarak kullanılmıştır. 8)Kilisenin yanında padişaha ait altın ve gümüş sikkelerin basıldığı Darphane ve buna bağlı olarak Ehl-Hiref adı altında hizmet veren sanatçı ve zanaatkaârların atölyeleri ile Saray'ın inşaat ve onarım malzemelerinin depolandığı ambar ile atölyeler bulunuyordu. 9)I. Avlu'nun sağ

COURT OF PROCESSIONS

1)The First Courtyard is the largest courtyard of the palace. 2)The Ottoman Sultans would pass through this courtyard upon leaving and returning to the palace, as well as during opulent ceremonies such as Friday divine service parades. 3)The courtyard also served as a pre-ceremony waiting area. 4)It was the only part in the entire palace in which the public could engage in relations with the state on certain days, and other members of the royal court could enter in on horseback.

5)The Firewood Storehouse as well the Wicker workers' Headquarters, which did all of the palace's wickerwork furniture, were both situated on the left side of the courtyard; however, neither have survived into the present day. 6)A sentry station was built in their place towards the end of 19th century. 7)In the same vicinity stands the church of Hagia Irene, which was later used as an imperial armory from the period of Mehmed the Conqueror onwards. 8)Alongside the church stands the Royal Mint (Darphâne-i Âmire), where the Imperial gold and silver coins were

tarafında ise günümüze ulaşamayan **Enderun Hastahanesi**, hanedanın ekmek ve **simidini** imal eden **Has Fırın** ve Saray'ın su ihtiyacını karşılayan **Dolap Ocağı** bulunuyordu.

pressed, the studios or artists and craftsman who served under the **Ehl-I Hiref** connected to the Mint, and the warehouses holding materials used for palace maintenance. 9) On the right side of the courtyard used to stand the **Palace Hospital**, the **Royal Bakery**, which produced bread and **simit** for the palace, as well as the **Royal Water**, which met the palace's water needs.

İlk avluya girildiğinde görülen tabelanın orijinal hali Ek B'de verilmiştir. Görsel açıdan dikkat çekici ve uygun konumlandırılmış bir tabela olduğu söylenebilir. Tabelada okunan kaynak metnin ve erek metnin gerek uzunluk ve gerekse anlam açısından birbiriyle uyumlu işlevsel metinler olduğu söylenebilir.

1) Saray sözcüğü, **palace** ifadesi; avlu sözcüğü, **courtyard** ifadesi ile düz anlam çevirisi yoluyla erek metne aktarılmıştır.

2) Osmanlı padişahları sözcük öbeği, **the Ottoman Sultans** ifadesiyle erek metne geçirilmesi tutarlılık örneği olarak değerlendirilebilir. **Sefer** sözcüğü erek metinden çıkartıldığı ve **saraya gidip gelirken** ifadesiyle erek metinde yerini aldığı görülmektedir. **Cuma Selamlık alayı** ifadesi erek metinde **Friday divine service parades** ifadesi kullanılarak erek metne çevrilmiştir. **Alay** sözcüğü **parade** ifadesi ile karşılanarak düz anlam çevirisi yapılmıştır. **Cuma Selamlığı** ifadesi ise yerileştirme tekniği kullanılarak erek kültüre uygun bir ifadeyle **Friday divine service parades** olarak yerleşmiştir.

4) Devlet adamları ve diğer saraylılar sözcük öbeği **other members of the court** ifadesiyle genelleştirilerek erek metne çevrilmiştir.

5) Odun ambarı ifadesi erek metne **firewood storehouse** şeklinde birebir aktarılmış ve bu örnekte “warehouse” ifadesi yerine **storehouse** sözcüğü tercih edilirken; **Hasırcılar Ocağı** sözcük öbeği, **Wicker Workers Headquartes** olarak ifade edilmiştir. Yerileştirme yapılmıştır.

6) Karakol sözcüğü, erek metinde **sentry station** ifadesiyle yerileştirilmiştir.

7) **Aya İrini Kilisesi** ifadesi **church of Hagia Irene** olarak erek kültürde kabul görmüş biçimiyle erek dile aktarılmış; kültürel aktarım gerçekleştirilmiştir. **Fatih Sultan Mehmet** ifadesi içinde aynı durum söz konusudur. **Cebahane** sözcüğü **imperial armoury** ifadeyle anlamsal olarak erek metinde muhafaza edilmiştir.

8) **Sikke** sözcüğü **coins** ifadesiyle genellenerek; **Darphane** ifadesi **Royal Mint** anlam çevirisi ile ve parantez içinde sözcüğün orijinal hali verilerek erek metne aktarılmıştır. **Ehl Hiref** sözcük öbeği biçimsel olarak olduğu gibi muhafaza edilmiş; **Saray** sözcüğü küçük harfle **palace** ifadesiyle erek metinde yerini bulmuştur. **Zanaatkarlar** sözcüğü, **artists and craftsmen** öbeği ile erek kültüre uygun anlam çevirisi yoluyla aktarılmış ve **ambar** sözcüğü **warehouse** ifadesiyle düz anlam çeviri tekniğiyle geçirilmiştir.

9) **Enderun Hastanesi** ifadesinin **Royal Hospital** ifadesi ile genelleştirildiği; **Has Fırın**'ın **Royal Bakery** ifadesi ile yerleştirildiği; **simid** sözcüğünün ise sesletimle erek dile doğrudan aktarıldığı görülmektedir. **Dolap Ocağı** ifadesi ise **Royal Water** şeklinde genellenerek yerleştirilmiştir.

4. HAREM'DE YEMEK (1)

1) Saray mutfaklarında padişah, **valide sultan**, **şehzadeler**, **padişah kızları** ve **kadınları** ile **cariyeler** için de her gün yemek pişirilirdi. 2) **Matbah-ı Âmire**'den getirilen yemek **tablaları**, **Harem**'de **Cümle Kapısı**'ndan **Cariyeler** ve **Kadınefendiler Taşlığı**'na açılan koridordaki mermer setlerin üzerine bırakılır, buradan cariyeler tarafından alınarak **Harem** halkına dağıtılırdı. 3) Ziyarete gelen hanedan mensupları ile **yabancı kadın misafirlere** de yemek verilirdi.

4) Harem'de **Altınyol**'da yer alan **Padişah Mutfağı** ya da **Kuşhane Mutfağı** adı verilen küçük mutfak ise

FOOD IN THE HAREM (1)

1) Daily meals were cooked in the palace kitchens for the sultan, **the sultan's mother**, **royal princes**, and **the sultan's daughters, wives and female attendants**. 2) Trays of food were brought from the **Imperial Kitchen** and left on marble counters in the corridor leading from the **main gate** to the paved **harem** courtyard. 2) Serving girls would carry the trays from here into the **Harem** and distribute them. 3) Members of the royal family or **female guests** were also served meals when visiting the Harem.

4) Inside the Harem, off **the Golden Road**, there was a small kitchen known as the **Kuşhane Mutfağı**, where food was

özel gün ve gecelerde, gerektiğinde padişah ile üst düzey **hanedan** mensuplarına hizmet ederdi. 5)Bu mutfağın masrafları **Ceyb-i Hümayûn** ve daha sonraları **Hazine-i Hassa** denilen padişahın özel bütçesinden karşılanırdı. 6)Saray arşivinde yer alan belgelerden Kuşhane Mutfacı'nda kullanılan eşyaların ve masrafların kaydedildiği, doğum vb. kutlamalarda Kuşhane'den Harem'e ziyafetler verildiği anlaşılır.

7)Padişahlar atla geziye çıktığı zaman Kuşhane Mutfacı da beraber giderdi. 8)Küçük sahan ve kaselere kuşhane adı verilirdi.

prepared for the sultan and highranking members of the **royal family** on special occasions or in the evenings. 5)The expenses of this kitchen were met from the **Privy Purse**. 6)Documents in the palace archive include records of the equipment and expenses of the Kuşhane kitchen and show that food was prepared here for banquets held in the Harem to celebrate births and other events.

7)When the sultan went on excursions, equipment and staff from this kitchen accompanied him. 8)Small pans and bowls were known as kuşhane.

Metin sarayın mutfak bölümüne konulan panolardan ilkidir. Dönemsel bilgi veren, içerik odaklı, resmi bir dille kaleme alınan, çok sayıda kültüre özgü sözcüğün geçtiği, Osmanlıca sözcüklerden yana zengin ve oldukça uzun bir metin olduğu söylenebilir. Genel çeviri yaklaşımı olarak yerileştirme stratejisinin kullanıldığı; kültüre özgü unsurların çevirisinde ise sıklıkla düz anlam çevirisine ve genel ifadelerin kullanımına başvurulduğu görülmektedir. Bu yönüyle kültürel aktarımın etkin bir biçimde gerçekleştiğinden söz edilemez. Bazı kültüre özgü unsurların metinden çıkartıldığı saptanmıştır. Kültüre özgü unsurun erek metinden çıkartılması çevirmen sözcüğü anlamadığında; nasıl çevireceğini bilemediğinde; harcanan çabaya değmeyeceği düşünüldüğünde; bazen de erek okurun ilgisini yitirmemek için tercih edilen bir mikro strateji olarak kabul edilebilir. Erek okur odaklı metinde uygulanan stratejilerin daha önceki metinlerde benimsenen yaklaşımlardan farklı olması dikkat çekmektedir.

1) **Valide sultan** ifadesi düz anlam çeviri ile erek metne **the sultan's mother** olarak aktarılmış; valide sözcüğünün arkaik anlamı sıradanlaştırılmıştır. **Şehzade** sözcüğünün anlamı ikili tamlama ile verilmiş; **Royal prince** sözcüğü ile düz anlam çevirisi yapılmıştır. **Padişah kızları** sözcüğü de **the sultan's daughters** olarak düz anlam çevirisi

yöntemiyle erkek metinde yerini bulmuştur. **Kadınları** sözcüğü, **wives** olarak genel bir ifadeyle erkek metne aktarılmıştır. Çok uluslu bir okur kitlesine ulaşmak için genel ifadeler kullanılabilir. **Cariyeler** ifadesi de ikili tamlama yapılarak ve düz anlamıyla **female attendants** olarak aktarılmıştır. Bağlamda bilgiyi aktaran bir karşılık olarak kabul edilebilir. **Cariye**, efendiye koşulsuz itaat eden savaşta esir edilmiş ya da başka bir şekilde köle konumuna düşmüş kadın anlamına gelmektedir. Farklı metinlerde aynı ifade için **female servants** ve **concubine** ifadelerine rastlanmıştır. **Concubine** ifadesi erkek kültürde cinsel çağrışımlar yaratan bir ifade olarak kabul görmektedir. Kullanımlarda görülen tutarsızlık kültürel aktarıma yardımcı olmayan bir uygulama olarak değerlendirilebilir.

Kaynak metnin ilk cümlesinde anlam kayması tespit edilmiştir. Metinde kullanılan “de” eki nedeniyle sanki “sarayda birilerine zaten yemek veriliyordu; ama sultana, ailesine, cariyelere de veriliyordu” gibi bir izlenim uyandırmaktadır.

2) **Matbah-ı Amire** sözcük öbeği, **Imperial Kitchen** ikili tamlaması ile karşılanarak erkek kültüre uygun bir ifadenin seçimiyle kültürel aktarım gerçekleştirilmiştir. **Tabla** sözcüğü, düz anlam çevirisi yapılarak erkek kültürdeki kullanıma uygun **tray** sözcüğüyle aktarılmış; ancak bu kararla sözcük kültürel çağrışımından uzaklaştırılmıştır. **Harem** ifadesi birebir aktarım yapılarak biçimsel olarak erkek metinde muhafaza edilmiş; **Cümle Kapısı** sözcüğü düz anlam çevirisi ve genel ifade kullanımı neticesinde **main gate** olarak erkek metne aktarılmıştır. **Cariyeler** sözcüğü, ilk cümlede **female attendants** olarak çevrilmesine rağmen bu cümlede **serving girls** olarak aktarılması terim kullanımında tutarsızlık olarak değerlendirilebilir. “**Cariyeler ve Kadınefendiler Taşlığı**’na açılan” ifadesi erkek metinden çıkartılmış; yerine “to the paved harem courtyard” ifadesi kullanılarak, metnin özellikle bir noktada yoğunlaşan bilgi seyreltilmiştir. Erkek okur için gereksiz olduğu düşünülen bir bilginin çıkartılması metnin işlevselliğine hizmet eden bir karar olarak değerlendirilebilir. Bu noktada erkek metnin daha anlaşılır olduğu söylenebilir.

Verilen bilginin yoğunluğu ve cümlelerin uzunluğu metnin okunurluğunu ve dolayısıyla metnin işlevselliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Erkek metinde cümle ikiye bölünerek daha kolay okunması sağlanmıştır.

3) Kaynak metindeki **yabancı kadın misafirler** ifadesindeki **yabancı** sözcüğü erkek metinden çıkartılarak, **female guests** olarak erkek metne aktarılmıştır.

4) **Altınyol**, düz anlam çevirisi stratejisiyle **the golden road**; **Kuşhane Mutfağı** biçimsel olarak muhafaza edilerek, **Kuşhane Mutfağı** olarak erek metne aktarılmış; Padişah Mutfağı, erek metinden çıkartılmış ve **Hanedan** ifadesi, erek kültüre uygun olacak şekilde **Royal** sözcüğü ile karşılanmıştır. Önceki metinde **Cariyeler** ve **Kadîfendi Taşlığı** ifadelerinin metinden çıkartılıp **Kuşhane Mutfağı**'nın bu metinde verilmesi tutarsızlık olarak değerlendirilebilir.

5) **Ceyb-Humayun** ve **Hazine-i Hassa** ifadeleri **Privy Purse** olarak genel tek bir ifadeyle erek dildeki karşılıklarıyla kullanılmış ve bu noktada erek dile uygun anlamsal aktarım yapılmıştır. Bu yönüyle kültürel aktarım olarak değerlendirilebilir.

5. HAREM'DE YEMEK (2)

1) Saray'da yenilen **toplu yemeklerin en gösterişlisi** II. Avlu'daki **Divan-ı Hümayûn**'da verilen ziyafetlerdi. 2) Saray'ın en görkemli töreni olan **ulûfe** dağıtım günlerinde (yılda dört kez **yenîçerilere** ücretlerinin ödendiği günler) ise devletin gücünü, kudretini ve zenginliğini göstermek için yabancı elçiler Saray'a davet edilir ve **Kubbealtı**'nda yemek verilirdi. 3) Bu ziyafetlerde kullanılan eşyalar ve sayıları yüzü bulan yemek çeşitleri, Osmanlı Devleti'nin ve doğal olarak padişahın gücünü ve iktidarının göstergesiydi.

4) Osmanlı İmparatorluğu'nun ilk esaslı kanunu olan devlet teşkilatı, teşrifatı ve ceza hükümlerini içeren **Fatih Kanunnamesine** göre Divan-ı Hümayûn'da **sadrizam** ile **başdefterdar** aynı sofrayı, vezirler ile diğer

FOOD IN THE HAREM (2)

1) The most **important** banquets held at the palace were those for the members of the **Imperial Council** in the Second Court. 2) When the **janissaries** received their **three-monthly salaries**, foreign ambassadors were invited to the palace to watch this ceremony and attend the banquets given in the **Council Chamber**. 3) The tableware used at these banquets and the hundred or so different dishes **that were served were** a display of the power and **wealth** of the Ottoman state and the sultan.

4/5) According to the **Law Code of Sultan Mehmet II**, whose provisions encompassed state administration, protocol and criminal law, on days when the Imperial Council convened the **grand vizier** and **chief treasurer** were to sit at

defterdarlar ve **nişancı** bir diğer sofrayı paylaşırdı. 5)**Kazaskerler** için ayrı bir **sofra** kurulurdu. 6)Sadrazam ve **vezirlerin** sofralarını **çaşnigir ağalar**, kazaskerlerin sofrasını kendi görevlileri kurardı. 7)**Leğen-ibrik** getirilerek ellerin yıkanmasından sonra yemeğe geçilirdi. 8)Elçi kabulleri sırasında elçiler **vezir-i azamın** sofrasına, elçinin muteber adamları da diğer sofralara otururdu. 9)Bu üst düzey görevlilerin kalktıkları sofralara alt rütbeliler oturur, kalan yemeği yerlerdi. 10)Yemekte **şerbet** içilir, yemekten sonra **buhur** yakılır ve **gülsuyu** ikram edilirdi.

one table, the other viziers, **treasurers** and **chancellor** at another, and the **military high judges** at a third. 6)The table trays for the grand vizier and viziers were laid by palace waiters called **çaşnigir ağa**, while that of the military high judges was laid by their own attendants. 7)Dinner began after napkins were presented and **ewers and basins** had been brought for the diners to wash their hands. 8)Foreign ambassadors sat at the table of the **grand vizier** and lower ranking diplomats at the other tables. 9)After the highranking officials had eaten their meal, their places were taken by those of lower rank who finished up the food on the table. 10)**Sherbet** was served with the meal and afterwards the **diners were perfumed with incense and rose water.**

Harem’de yemek konusu ile ilgili bilgi veren ilk metinden sonra, ilk bilginin devamı niteliğindeki içerik odaklı bu metinde geçen kültüre özgü unsurların özellikle ünvan isimlerini içerdiği görülmektedir. Sarayda yemek konulu metinde takibi zorlaştıran, okumayı yavaşlatan ve netice itibarıyla ilginin kopmasına neden olan detaylara yer verilmiştir. Genelleme yoluyla, detaylara girmeden, sadece anafikirlerin aktarılabilceği cümleler yerine iki ya da üç çok uzun cümleyle aktarılan bilgiler özellikle dikkat çekmektedir. Kaynak metinde sadece tek bir parantez içi açıklama yoluyla anlamın açıklaştırıldığı görülmüştür. Bir kültüre özgü unsurun erek metinden çıkartıldığı dikkat çekmektedir. Birebir aktarım, ödüncleme, açıklama, kültürel açıdan yerlileştirme, kültürel tanışıklık yaratan sözcük seçimleri ve düz anlam çevirisi metinde saptanan çeviri stratejileri olarak öne çıkmaktadır. Erek metinde imla işaretlerinde eksiklik, yazım

hataları ve bir gramer hatası ayrıca dikkat çeken unsurlar arasında sayılabilir. İki üç satırlık oldukça uzun onbir cümleden oluşan metnin, okurun ilgisini canlı tutmayı başaran işlevsel bir metin olduğunu söylenemez. Kültürel aktarımın sağlanması için çeşitli uygulamaların yapıldığı görülmektedir. Ancak bu uygulamaların birbiriyle uyumlu ve tutarlı oldukları söylenemez.

1) **Toplu yemek** sözcük öbeği, erek okurun kültürel açıdan tanışıklık yaşamasına imkan veren “ziyafet, şölen” anlamına gelen **banquet** kelimesiyle aktarılmıştır. **Gösterişli** sıfatı’nın çevirisinde seçilen ve önemli anlamına gelen **important** kelimesi erek metinde bağlamı destekleyen bir sıfat olarak değerlendirilemez. **Divan-ı Humayün** ifadesi, erek kültüre uygun olacak şekilde “İmparatorluğa ait olan” anlamında **Imperial** sözcüğünün devreye girmesiyle **Imperial Law** ifadesiyle kullanılarak kültürel aktarım gerçekleşmiştir.

2) **Ulufe** sözcüğü parantez içi açıklama eklenerek kaynak kültür okuru için açılmıştır. Erek metinde ise kültüre özgü unsurun metinden çıkartıldığını ve **three month salaries of the janissaries** ifadesiyle anlamın aktarıldığını görüyoruz. Bu tercihin yerleştirmeyi destekleyen bir karar olduğu söylenebilir. **Yeniçeri** ifadesi Türkçe sesletim kullanarak birebir erek dile aktarılmıştır. **Kubbealtı** ifadesinin çevirisinde anlam çevirisi yapılmış ve kültüre özgü unsur erek metinden çıkartılmıştır.

3) Erek metinde iki gramer hatası dikkat çekmektedir. “hundred or so different” ifadesinde kullanılan “or” bağlacının kullanımının yanlış olduğu söylenebilir. “and” bağlacı söz konusu cümlede doğru kullanım olacaktır. Yemeklerin “yüzlerce” ya da “farklı” olması okurun mantığını zorlamaktadır. “that were served were” ifadesi yadırgatıcı olmuştur. Ayrıca “hundred” sözcüğünün çoğul eki olan “s” unutulmuştur. Cümle kurgusunun metnin anlaşılabilirliğini baltaladığı söylenebilir.

4) **Fatih Kanunnamesi** ifadesi birebir anlam çevirisi yoluyla **Law Code of Mehmet II** ifadesiyle erek metne aktarılmış; Fatih Sultan Mehmet’i çağrıştıran; özel isme gönderme yapan “Fatih” sözcüğü erek metinde **Sultan Mehmed II** olarak çevrilmiş ve sözcüğün gönderme yaptığı özel isimle ilişkisi korunmuştur. Ancak, “Fatih Sultan Mehmet” yerine **Mehmed II** denilmesi tutarsızlık olarak değerlendirilebilir. **Sadrazam** kelimesi, erek metne **grand vizier** olarak aktarılmış; ancak daha öncesinde vezir kelimesi açıklanmadığı için anlam belirsizdir. Bu yönüyle kültürel aktarımın gerçekleşmediği söylenebilir. **Başdefterdar** sözcüğü **chief treasurer**; **Defterdar** ifadesi **treasurer**;

Nişancı kelimesi **chancellor**; **Kazasker** ise **military high judges** olarak erek metinde yerlerini bulmuşlardır. Bu örneklerde çevirmenin düz anlam çevirisine başvurduğu söylenebilir.

5) Genel olarak erek metin cümle organizasyonunun anlamın aktarılmasına iyi hizmet etmediği söylenebilir. Çok fazla açıklamanın aynı cümle içinde olması, verilen bilgiler arasında bağlantı kurmayı zorlaştırmaktadır. Cümlelerin farklı segmentlere bölünmesi ve tek cümlede verilen bilginin seyreltilmesi alternatif bir yöntem olarak değerlendirilebilir. Nitekim bu cümlelerin kaynak metinde iki cümleye bölündüğü görülmektedir. Bu metinde verilen bilgilerin fazlasıyla detaya girdiği ve metni gerektiğinden uzun bir metin haline dönüştürdüğü düşünülebilir.

6) **Vezir** sözcüğü Türkçe sesletim kullanılarak erek metne birebir aktarılmıştır. Ancak **vezir** ifadesi şimdiye kadar karşılaşılan metinlerin hiçbirinde açıklanmadığı için bu tercihin kültürel aktarıma hizmet ettiği söylenemez. Sözcüğün bilindik anlamında kayıp yaşandığı ve ekleme yapılmadığı için çağrışımsal anlamının da havada kaldığı söylenebilir. **Çaşnigir ağa** ifadesinin de erek metne birebir aktarıldığı görülmüyor.

Cümle sonunda görülen “was” fiilinin, cümle öznesinin çoğul olması nedeniyle “were” olması beklenirdi. Bu noktada bir gramer hatasının yapıldığından söz edilebilir.

7) **Leğen, basin ve ibrik** sözcüğü ise **ewer** ifadeleriyle düz anlam çevirisi yoluyla süreçte yerlerini almışlardır. **Leğen** sözcüğünde genel bir ifade kullanılmıştır.

8) **Vezir-i azam** ifadesi düz anlam çevirisi ve birebir aktarım yöntemleri ile erek kültüre aktarılmış ve **the grand vezir** olarak metinde yerini almıştır.

10) **Şerbet**, sesletimli birebir aktarım ile **sherbet**; **buhur** ise düz anlam çeviri ile erek metne **incense** ifadeleriyle aktarılan sözcükler arasında sayılabilir.

11) **Tablakarlık** ifadesi erek metinden çıkartılmış ve **acemi oğlanlar**, “uşak, komi” anlamına gelen **pages** sözcüğüyle karşılanmıştır. **Divan** sözcüğü, erek kültürdeki uygun karşılığıyla aktarılmış; ek açıklama yapılmamış ve daha genel bir ifadeyle aktarılması uygun görülmüştür.

6. KAHVE

COFFEE

1) **Habeşistan (Etiyopya)** kökenli endemic bir bitki olan kahve, **kökboyasığillerden** bodur, yaprakları

1) The coffee plant is a small evergreen tree belonging to the family **Rubiaceae** and endemic to **Ethiopia**, where it grows

her mevsim yeşil kalan ve 0-2000 metre yükseklikte yetişen bir ağaçtır. 2)Kırmızı meyvelerinin çekirdekleri, çeşitli işlemlerden geçirilerek içilecek hale getirilir.

3)Habeşitan'da yiyecek olarak ortaya çıkan kahve, XV. yüzyılın başlarında Yemen'de tanınarak yüzyılın sonlarından itibaren içecek olarak yayıldı.4)XVI. yüzyıl başlarında **Mekke** ve ardından **Kahire**'ye, yüzyılın ortalarına doğru İstanbul'a ve nihayet XVII.yüzyılın ortalarında önemli Avrupa merkezlerine ulaştı.

5)Osmanlı topraklarına kahvenin kesin olarak ne zaman girdiği tam olarak bilinmemekle birlikte, **Kâtib Çelebi**'nin 950 (**Hicri**)/1543 (**Miladi**) yılında gemilerle İstanbul'a kahvenin geldiğini, fakat yasaklayıcı **fetvalar** sebebiyle tepki gördüğünü yazması, kahvenin çok daha önceleri İstanbul'da tüketilmeye başlandığını gösterir.

6)XVII.yüzyılda resmî devlet **erkânının** toplantılarında kahvenin ikram edilmeye ve merasimlerde önemli bir yer tutmaya başlamasından sonra kahve tüketimi oldukça arttı. 7)Kahve tüketiminin bu derece yayılması ve

at altitudes of 0-2000 metres. 2)The seeds of its red fruits are the coffee “beans”, which are processed in various ways before becoming ready to grind and make into coffee.

3)In Ethiopia coffee seeds were originally eaten. 3)The plant was introduced to Yemen in the early 15th century and by the end of the century it had become common to prepare a beverage from seeds. 4)Coffee drinking spread to **Mecca** and then **Cario** early in the 16th century, to Istanbul towards the middle of the century, and to major European cities in the middle of the 17th century.

5)Although it is not known for certain when coffee was first introduced to the Ottoman lands, **Kâtib Çelebi** wrote that ships carrying coffee that arrived in Istanbul in the year **950 of the Hegira/1543 C.E.** were received with protest due to **religious decrees** forbidding coffee drinking. 5)This demonstrates that coffee had been introduced to Istanbul much earlier.

6)After coffee began to be served to **statesmen** attending official meetings and to take on an important role in ceremonies in the 17th century, coffee consumption rose significantly. 7)As coffee drinking became increasingly

gündelik kullanım maddeleri arasına girmesiyle de kahve ticareti büyük önem kazandı. **8)**Her yıl Yemen'den **Mısır'a** gelen kahvenin yarısı İstanbul'a ve diğer Osmanlı şehirlerine götürülüyordu. **9)**Ancak çok rağbet gördüğünden ve düzenli olarak İstanbul'a gelmediğinden hem darlık yaşanıyor, hem de kahvenin fiyatı artıyordu. **10)**Hatta kahve yapımı için **leblebi, nohut, kuru kestane, bulgur, badem** vb. şeyler bile kullanılıyordu.

11)Kahve İstanbul'a özellikle denizyolu, kısmen de karayolu ile geliyordu. **12)**Yemen iskelelerinden yola çıktıktan sonra ilk olarak **Cidde'ye**, ardından **Süveyş'e** ve Mısır'a ulaşmakta, buradan gemilerle İstanbul'a veya diğer Osmanlı şehirlerine ve Avrupa ülkelerine gitmekteydi.

13)İstanbul'da, genellikle **aktar** esnafının sorumluluğu altında bulunan kahvenin satıldığı dükkânlar belli idi. **14)****Evliya Çelebi'ye** (1611-1685) göre İstanbul'da kahve satan esnafın sayısı 500, dükkân ve **mahzen** sayısı ise 300 kadardı.

15)Kahve İstanbul'a geldiğinde önce gümrük vergisi ödenir, ardından esnafa satılmak üzere bir **handa** depolanırdı. **16)**Aktarlar tarafından tüccarlardan satın alınan kahve "**tahmis**"te kavrulup

popular in daily life, the coffee trade expanded. **8)**Every year coffee grown in Yemen was transported to **Egypt**, where half was carried to Istanbul and other Ottoman cities. **9)**However, since demand was so high and supplies to Istanbul irregular, shortages occurred and the price of coffee rose. **10)**When coffee could not be procured, it became common to use substitutes such as ground **roast chickpeas, chestnuts, bulgur and almonds**.

11)Coffee was transported to Istanbul mainly by sea and partly by land.**12)** Coffee loaded onto ships at ports in Yemen was taken first to **Jeddah**, from there to **Suez** and Egypt, where it was shipped to Istanbul, other Ottoman cities and Europe.

13)In Istanbul coffee was usually sold in shops controlled by **druggists**. **14)****Evliya Çelebi** (1611-1685) recorded that there were 500 coffee sellers in the city and around 300 coffee shops and coffee **warehouses**.

15)After customs duties had been paid on coffee unloaded in Istanbul, it was stored in a **han** for selling to tradesmen. **16)**Coffee purchased from merchants by druggists was roasted and ground in

dövüldükten sonra perakendeci dükkânlarında pazarlanır, sağlıklı ve hilesiz satılması için tedbirler alınırdı.

17)Kaynaklara göre; İstanbul'un bilinen ilk kahvehanesi, ticaretin en canlı merkezi olan **Tahtakale'de, Halep'ten gelen Hekim ve Şam'den gelen Şems** adlı iki kişi tarafından 1554 yılında açılmıştı. Tahtakale'nin ardından İstanbul'da kahvehanelerin sayısı hızla çoğalmıştır.

workshops known as **tahmis**, then sold to retailers. 16)The authorities took precautions to prevent the sale of substandard and adulterated coffee.

17)According to contemporary sources, the first coffee house in Istanbul was located in **Tahtakale, the lively hub of trade in the city.** 17)This coffee house was opened in 1554 by **Hekim** from **Aleppo** and **Şems** from **Damascus**. Afterwards the number of coffee houses in Istanbul rapidly increased.

Metin, sarayın mutfak bölümünde yer almaktadır. İç mekanda bulunan metnin uzunluğuyla dikkat çekmektedir.

1) **Habeşistan** kaynak metinde parantez içinde açıklanmış ve erek metne **Ethhiopia** olarak aktarılmış. Sesletimli birebir aktarım yapılmış ve **Habeşistan** kültürel ifadesi metinden çıkartılmıştır. **Kökboyasıgillerden** ifadesi, erek kültürde sözcüğün Latince karşılığı olan **Rubiaceae** ile karşılanmıştır. Bu noktada daha sonra çıkacak bitki isimlerinde de aynı uygulamanın yapılması beklenmektedir.

2) Erek metinde yer alan "... öğütülmeye hazır hale gelip kahveye dönüşmeden" anlamında "before becoming ready to grind and make it into coffee" ifadesine kaynak metinde rastlanmaktadır. Çok da gerekli olmayan bir ek açıklamanın eklenmesiyle erek metin uzatılmıştır.

3) **Habeşistan** kelimesi **Ethiopia** olarak kullanılmaya devam etmiş ve kullanımda istikrar sağlanmıştır. Kaynak metnin ilk cümlesi erek metinde ikiye bölünerek okuma akıcı kılınmıştır.

4) Kaynak metinde geçen yer isimleri, **Mekke** ve **Kahire** sözcükleri, erek dilde bilinen şekilleriyle **Mecca** ve **Cairo** olarak aktarılmış ve kültüre aktarıma hizmet eden bir uygulama olarak süreçte yerini almıştır. Erek metnin kurgusu nedeniyle kaynak metinden daha uzun olduğu göze çarpmaktadır.

5) Kaynak metnin aşırı derecede uzun oluşu nedeniyle erek metinde cümle ikiye bölünmüştür. Kaynak metinde verilen isim **Katip Çelebi**'nin erek kültürde kim olduğu bilinmemektedir. Bu noktada **Katip Çelebi**'nin yazdıkları ya da verdiği bilgiler bağlama oturmamaktadır. Eğer açıklama yapılmayacaksa metni gereksiz yere kalabalıklaştıran bir öge olarak değerlendirilebilir. **Katip Çelebi** birebir aktarımla **Katip Çelebi** olarak erek metne aktarılmış ve İngilizce sesletim yapılmamıştır. Daha önceki benzer uygulamalarla uyumlu olmayan bir örnek olarak değerlendirilebilir. Metinde geçen **Hicri** ve **Miladi** ifadeleri özellikle kafa karıştırıcı olarak değerlendirilebilir. İslam diniyle tanışık olmayan erek okurların bilhassa **Hicri** sözcüğünün anlamına vakıf olması mümkün gözükmemektedir. Keyfi izlenimi veren birçok çıkartma ve ekleme'nin yapıldığı metnin geneli göz önüne alındığında, erek metinde verilen tarihin yalnızca miladi takvime göre verilmesi uygun gözükmemektedir. **Hicri** kelimesi, **Hegira** olarak sesletimli birebir aktarım yoluyla erek metne aktarılmıştır. Bu örnekte kültürel aktarımın gerçekleştiğinden söz edemeyiz. **Miladi** ifadesi erek okurun aşına olduğu, genel kullanımı olan **C.E.** ifadesiyle erek metne aktarılmış ve böylece anlamsal aktarım gerçekleşmiştir. **Fetva** kelimesi düz anlam çevirisiyle aktarılmış ve sözcüğün arkaik anlamı silikleştirilmiştir. Bir dereceye kadar kültürel aktarım sağlandığı söylenebilir.

6) Kaynak metinde görülen **erkân** kelimesi **statesmen** sözcüğü ile erek dile aktarılacak erek okurun kültürel tanışıklık yaşamasına imkan tanınmış; ancak sözcüğün bilindik anlamında kayıp yaşanmıştır. Yerli turistler düşünüldüğünde, her yaş grubunun kolayca anlayacağı bir kelime olduğu söylenemez.

8) Ülke ismi olarak **Mısır**, erek dile **Egypt** olarak aktarılmış ve kültürel aktarım sağlanmıştır.

9) Bu cümle, metnin genel bağlamına özellikle destek veren öncül cümlelerden değildir. Metnin uzunluğunu az da olsa modifiye etmek amacıyla metinden tamamen çıkartılmasında bir sakınca görülmemektedir.

10) Erek metnin çevirisinin kaynak metinden hayli farklı olduğu görülmektedir. Kaynak metinde olmadığı halde eklenen “When coffee could not procured...” ifadesi dikkat çekmektedir. **Leblebi** ve **nohut** ifadeleri erek metne **roasted chickpeas** olarak aktarılmış ve kültürel aktarım yapılmıştır. **Leblebi** kelimesi erek metinden çıkartılmıştır. Bu kelimenin daha genel bir ifade olan **roasted chickpeas** sözcüğü ile karşılanması uygun

görülmüştür. **Bulgur** kelimesi erek metne birebir aktarılmış; sözcük yabancılaştırıcı bir unsur olarak erek metne yerleştirilmiştir.

12) Kaynak metinde geçen yer isimleri; **Cidde** ve **Süveyş**, Türkçe'nin İngilizce sesletimle ödünç aldığı kelimelerdir. Erek dilde yaygın kullanımlarıyla, **Jeddah** ve **Suez** olarak erek metne geçirilmişlerdir

13) Bu cümlelerin kaynak metinde vurgunun yanlış yerde yapıldığı, açık olmayan ve dikkati başka yöne kaydıran bir cümle olduğu söylenebilir. Erek metinde cümlelerin okunurluğunu ve verilmek istenen bilginin vurgusunu doğru yerde yaparak iyileştirilmeye gidildiği görülmektedir. Bilgi, “kahvenin aktar denilen dükkanlarda satıldığıdır” ve bu haliyle yeterli olduğu düşünülmektedir. **Aktar** sözcüğü erek dile **druggist** olarak aktarılmış olup, sözcüğün dönemsel açıdan yüklendiği anlam aktarılmış; ancak sözcüğün kültürel açıdan çağrışımsal anlamı erek metne geçmemiştir. Yerileştirme yapıldığı; sözcüğün bilindik anlamlarında kayıp yaşadığı görülmektedir.

14) **Evliya Çelebi** bilirkşi konumunda referans verilmiş; kim olduğuna dair bilgilendirme yapılmamıştır. **Mahzen** sözcüğü **warehouse** sözcüğüyle aktarılmış ve bu noktada sözcüğün tanıdıklaştırılması yoluyla kültürel aktarım sağlanmıştır.

15) Kaynak metindeki **han** sözcüğü erek dile biçimsel olarak doğrudan aktarılmıştır.

16) **Tahmis** kelimesi dil içi çeviriye gereksinim duyan bir kelimedir. Kaynak metinde bir terim ilk kez tırnak içinde verilmekte, fakat anlamının açıklanmadığı görülmektedir. Erek dile biçimsel olarak doğrudan aktarılmıştır. Erek metnin uzunluğu nedeniyle erek metin ikiye bölünmüştür. Bu kararın okumayı kolaylaştıran bir hamle olduğu söylenebilir.

17) Erek metne, kaynak metinde olmayan “çağdaş, bugünlerde, günümüz” anlamlarına gelen **contemporary** ifadesi eklenmiştir. Gereksiz bir çeviri kararı olarak yorumlanabilir. Erek metinde cümle ikiye bölünmüş ve akıcılık sağlanmıştır. **Tahtakale** yer ismi biçimsel olarak doğrudan aktarılmış ve hemen arkasından neresi olduğuna dair bilgi verilerek açıklama yapılmıştır. Bu açıklama kültürel aktarıma hizmet eden bir açıklama olmaktan ziyade erek okuru ilgilendirmeyen gereksiz bir açıklama olarak değerlendirilebilir. Yer isimleri olan **Halep** ve **Şam**, erek kültürde bilinen halleriyle **Aleppo** ve **Damascus** olarak erek metne geçmiş; kişi isimleri olan **Hekim** ve **Şems** erek metne doğrudan aktarılmıştır.

7. HELVAHANE

1) **Kanuni Sultan Süleyman** (1520-1566) döneminde **Mimar Sinan** tarafından inşa edilmiştir. 2) İki bölümlü, dört kubbeli bir mekândır. 3) **Helvahane**'de çalışanlara **Helvaciyân-ı Hassa** denir; bunlardan başarılı olanlar hizmet ettikleri gupta baş, hatta ilerleyen zamanda **helvacıbaşı** olabilirdi. 4) **Helvacıbaşı**, sırasıyla mutfak **emini** ve **Enderun**'da bulunan **kilercibaşıya** bağlı idi.

5) Saray mutfağında her çeşit tatlılarla reçel, şurup, ve **macunları** yapanların bağlı bulundukları ocağa **Helvahane Ocağı** adı verilirdi. 6) 18. yüzyıl ortalarında burada çalışanlar altı usta ile yüzden fazla helvacı çırağından oluşmaktaydı.

7) **Helvahanede**, başta padişah olmak üzere tüm Harem ve Saray halkı için **baklava** gibi hamur tatlıları, çeşitli helvalar, **şekerlemeler** ve **şerbetler** yapılırdı. 8) Ayrıca **hekimbaşının**

CONFECTIONERY KITCHEN

1) The **confectionery kitchen (helvahane)** was constructed by the architect Sinan during the reign of Sultan Süleyman the Magnificent (1520-1566). 2) The kitchen consists of two sections and is roofed by four domes. 3) Those royal confectioners who displayed the greatest skill might eventually be promoted to the rank of chief royal confectioner (**helvacıbaşı**), who supervised all those employed in confectionery kitchen. 4) The chief royal confectioner himself worked under the **kitchen controller (mutfak emini)** and ultimately the director of the **Commissariat (kilercibaşı)**.

5) The kitchen staff were responsible for preparing desserts, fruit **preserves**, **syrops** and **electuaries** of all kinds and known collectively as the Company of the Confectionery Kitchen. 6) Their number varied over the centuries. In the mid-18th century the royal confectioners consisted of six chefs and over a hundred apprentices.

7) All kind of sweet pastries such as **baklava** and **lokma (a type of fritter)**, **fruit preserves**, **sugar confectionery** and **sherbets** were made in the confectionery kitchen for the sultan, the

denetiminde ilaç ve **macunların**, türlü **esanslar** ve kimyevi **terkiplerle** üretilen sabunların, aydınlatmada kullanılan mumların hazırlanıp kalıplara döküldüğü yerdir.

9) Saray'da en çok **Helva-yı Hakani (padişaha mahsus)** adı verilen **helva** yapılır ve tüketilirdi. 10) Fatih Sultan Mehmed'in (1451-1481) yemek menüsünde yer alan **Me'muniye Helvası**, ilk dönemlerden beri bilenen helvalardandır. 11) Ayrıca her padişah tahta çıkışında onun adına yeni bir helva terkip edilirdi. 12) Sultan I. Ahmed (1603-1617) tahta çıktığında **Helva-i Halkaçini** ve **Kepçe Helvası** adında iki çeşit helvanın hazırlandığı kayıtlıdır. 13) 15. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar Saray'da **otuz altı** çeşit helvanın yapıldığı bilinmektedir.

sultan's mother, his wives and other members of the Harem and the palace household. 8) **The royal physician, soap perfumed with diverse essences, and candlers.**

9/10) A type of helva called **helva-yı hakani** was that most frequently made at the palace and another type called **me'muniye helvası** was made for Sultan Mehmed the Conqueror (1451-1481). 11/12) When each sultan acceded to the throne a new type of helva was made for the occasion, such as **helva-i halkaçini and kepçe helvası** for the accession of Sultan Ahmed I (1603-1617). 13) Over the period from the 15th to 19th centuries **36** different types of helva are known to have been made at the Ottoman palace.

1) **Kanunu Sultan Süleyman**, erek metne erek kültürde yaygın kullanımı olan **Sultan Süleyman Magnificent**; Mimar Sinan, doğrudan aktarım ile **architect Sinan** olarak aktarılmıştır; **Magnificent** sözcüğünün önünde olması gereken "the" sözcüğü unutulmuştur.

Erek metinde ciddi bir anlam kayması saptanmıştır. Helvahane Mimar Sinan tarafından yapılmıştır ve yaptıran Kanuni Sultan Süleymandır. Erek metinden çıkan anlam ise Kanuni Sultan Süleyman döneminde mimar Sinan tarafından yaptırıldığı yönündedir.

3) **Helvacıyân-ı Hassa** sözcük öbeği **royal confectioners** öbeğiyle karşılanarak erek okurun mekanın tarihiyle özdeşleşmesine imkan tanınmıştır. **Helvacıbaşı** ifadesi **chief royal confectioner** olarak verilip, parantez içine **Helvacıbaşı** açıklaması eklenmiştir.

Parantez içi açıklama gereksiz gözükmektedir. Kaynak metinde ne iş yaptığının açıklanmasına gerek görülmeven “Helvacıbaşı”, erek metinde sıfat cümlesi kurularak Helvacıbaşının sorumluluk alanı açıklanmıştır. Metni uzatan gereksiz bir ekleme olduğu düşünülmektedir.

4) Terim kullanımlarında büyük-küçük harf yazım kurallarına uyulmadığı görülmektedir. Kaynak metinde yer alan ünvan isimleri cins isim olarak metin içinde silikleşmektedir. **Mutfak emini**, erek dile **kitchen controller** olarak aktarılmıştır. Birebir aktarım ve erek dilde karşılığını verme yollarıyla tanıdıklaştırma sağlanmış; ancak **emin** sözcüğünün çağrışımsal anlamı verilememiştir. Erek metinde parantez içinde verilen açıklamaların, anlam çevirisi yapıp, parantez içinde erek dildeki biçimini vermek yerine, kültüre özgü kelimenin yazılıp ve parantez içinde anlamının açıklanmasının daha uygun bir yöntem olduğu düşünülmektedir. Turist, kelimenin ifade ettiği anlamı kavradığında, tekrar kaynak dilde ne dendiğini okumaya ne vakit ne de tahammül bulacaktır. Bu haliyle turist bir haliyle tersten okuma yapmaya mecbur bırakılmaktadır. Okurun bilgi seçiciliği konusunda metinlere olan güvenini zedeleyen bir uygulama olduğu düşünülmektedir. Kaynak metinde geçen **Enderun** ifadesi erek metinden çıkartılmıştır. **Kilercibaşı** sözcüğü, erek dilde **Commissariat** sözcüğüyle karşılanmış ve parantez içine kaynak dildeki karşılığı yazılmıştır. Kültürel aktarıma hizmet eden bir seçim olduğu söylenemez. Çünkü bu sözcük erek dilde komiserlik ve destek hizmetleri anlamında kullanılmaktadır. Osmanlı sarayında kiler koğuşunun amiri olan Kilercibaşı, padişahlar için hazırlanan yemekleri usulüne göre servis etmek ve edilmesini sağlamakla görevli olan kişidir. Bu örnekte kaynak metnin işlevselliğinin erek metne göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

5) Erek metindeki her çeşit tatlı ifadesi erek metinden çıkartılmıştır. **Reçel**, **şurup**, ve **macun** ifadeleri kültürel karşılıklarıyla erek metinde yer almıştır. Bu noktada yerlileştirme yapıldığından söz edilebilir. **Reçel** sözcüğü **fruit preserve**, **şurup** sözcüğü sesletimle bire bir **syrups**; **macun** sözcüğü yerlileştirme yöntemi ile **electuaries** olarak erek metne geçmiştir. **Helvahane Ocağı** ifadesi ise **the Company of the Confectionary Kitchen** sözcük öbeğiyle aktarılmıştır. Bu örnek yerlileştirme stratejisinin dikkat çekici örneklerinden sayılabilir.

6) Erek metne kaynak metinde olmayan bir bilginin eklendiği görülmektedir. Yüzyıllar içinde çalışanların sayılarının değişmesi bilgisi kaynak metinde yer almamaktadır. Çeviri

ile ilgili olmayan ve kültürel aktarımın gerektirdiği durumlar dışında erek metne yapılan bilgi eklemeleri dikkat çekmektedir. Çeviren kişinin kendi tarih bilgisine dayanarak metne yaptığı eklemeler olduğu düşünülmektedir. Ancak içerik odaklı bilgilendirici metinlerde aktarılan bilginin kaynak metinle aynı olması beklenir.

7) **Baklava** sözcüğü erek dile birebir aktarılmış; erek metne kaynak metinde olmayan **lokma** ifadesi eklenmiş ve parantez içinde ne olduğuna dair çağrışımsal anlamı destekleyen ek açıklama girilmiştir. **A type of fritter** açıklaması yerileştirmeye örnek olarak kabul edilebilir. Kaynak metinde geçen **helva** sözcüğüne erek metinde yer verilmemiştir.

8) Kaynak metnin çevirisine başlandığı, fakat tamamlanmadığı görülmektedir. Böyle bir çeviri hatası çeviri işini yapanın ve kontrol edenin dikkatsizliğini akla getirmektedir.

9) **Helva-yı Hakani**, kaynak metinde parantez içi açıklama girilerek kültür içi aktarım sağlanmıştır. Sözcük erek metne birebir geçmiş, fakat parantez içi açıklama konmamıştır. Bir tutarsızlık örneği olarak değerlendirilebilir. Daha önce erek metinden çıkartılan **helva** sözcüğü bu metinde birebir aktarılmış ve **helva** olarak erek metne geçmiştir. Kaynak metnin iki cümlesi erek metinde tek bir cümlede birleştirilmiştir. Bu uygulama 11. ve 12. cümlelerin birleşmesiyle tekrar edecektir. Erek metnin akıcılığının olumsuz yönde etkilenmesine neden olan kararlar oldukları söylenebilir.

10) **Me'muniye Helvası** ifadesi, erek metne olduğu gibi aktarılmıştır. Terim olması nedeniyle büyük harfle başlaması gerekirken küçük harfle yazılmıştır.

11) Erek metin 11. ve 12. cümleyi tek cümlede birleştirmiştir. Metnin akıcılığını olumsuz yönde etkileyen bir karar olarak değerlendirilebilir.

12) **Helva-I Halkaçini** ve **kepçe helvası** ifadeleri erek dilde olduğu gibi muhafaza edilmiş ve sözcük öbekleri küçük harfle yazılarak imla hatası yapılmıştır. Sözcüklerin kaynak metinde büyük harfle başlatıldığı farkedilmektedir.

13) Kaynak metinde yazan **otuz** sözcüğünün, erek metinde rakamla yazıldığı görülmektedir.

8. İLAÇ, MACUN, NEVRUZİYYE

1) Helvahanede, Saray eczaneleri ve hastanelerinde kullanılmak üzere hekimbaşı denetiminde ilaçlar hazırlandı.

MEDICINES, ELECTUARIES, NEVRUZZIYYE

1) Medicines were prepared in the Confectionery Kitchen under the supervision of the chief palace physician

2)Enderun'daki **Seferli Koğuşu** ve Helvahane Ocağı mensupları, ilaç yapımında kullanılan şifalı bitkileri Saray bahçelerinde yetiştirmelerinin yanı sıra dışarıdan da temin ederlerdi. 3)Helvahanede **tensûh** kalıpları ile ilaçların bir kısmı tabletler hâlinde imal edilirdi, bunlar hastaya ağızdan ya da suda ezilerek verilirdi. 4)Tabletlerin ve ilaçların saklandığı şişelerin üzerine **şifa ayetleri** ve **mübarek** sözler yazılıydı. 5)Padişaha verilecek ilaçlar bizzat hekimbaşı tarafından **başlalanın** huzurunda hazırlanır; özel şişelere, **hokkalara** ve kâselere konulduktan sonra kumaş ile sarılır; hekimbaşı ve başlala tarafından mühürlenerek takdim edilirdi.

6)Saray hekimlerinin nezaretinde, ilkbaharda toplanan hoş kokulu ve şifalı bitkilerde; başta gül ve gelincik olmak üzere çeşitli macunlar yapılır, ilaç yerine de kullanılırdı. 7)Her yıl çeşitli baharatların karışımlarından oluşan **mesir macunu (macûn-ı mesrititus)** hazırlanırdı. 8)Macunların yapıldığı geceye **od** gecesi denir; **hayalbaz**, **hokkabaz**, **incesaz** takımı çağırılarak

for the palace pharmacies and hospitals.

2)Some of the medicinal herbs used in these medicines were grown in the palace gardens by the confectioners themselves or member of the **Seferli Koğuşu (Hall of the Expeditionary Force)**, while others were supplied by merchants in the city.

3)Some of the medicines were in the form of pastilles known as **tensuh** moulded in decorative shapes which were either sucked or dissolved in water. 4)**Verses from the Koran** relating to recovery from illness and other religious maxims were inscribed on bottles used for storing tablets or liquid medicines. 5)Medicines for the sultan were prepared by the chief physician himself under the supervision of the **baş lala** and stored in special bottles, jars or bowls, wrapped in fabric and then sealed by both the chief physician and the baş lala.

6)Under the supervision of the palace physicians **electuaries** made from roses, **poppies** and other fragrant spring flowers and herbs were prepared and used as medicines. 7)Each spring a paste made of many different herbs and spices known as **mesir macunu (also known as the electuary of Mithridates)**. 8)The night when these preparations were made was called **Od Gecesi (Night of Fire)**, when by tradition the confectioners were

Helvahane Ocağı mensuplarına o gece sabaha kadar eğlence düzenlenirdi.

9)Hekimbaşları denetimde her sene **Nevruz'da amber, afyon hulâsası** ve çeşitli kokulu bitkilerden **nevruziyye** adı verilen kırmızı renkli ve kokulu bir macun yapılırdı. 10)**Nevruz gecesi** porselen kaplar (**nevruziyelik**) içine konulan bu macun, hanedan mensupları ve devlet erkânına sunulurdu. 11)Hekimbaşı, padişah için özel olarak hazırladığı **nevruziyye** adı verilen macunu takdim eder, karşılığında hediyeler alırdı.

entertained until dawn by **shadow plays, illusionists and musicians.**

9)Another similar electuary was **nevruziyye**, made with **ambergris, opium** and fragrant herbs, and colorued red. 9)This was made every year on 22 March, the ancient new year known as **Nevruz**; under the supervision of the chief physician. 10/11)Porcelain jars of **nevruziyye** were presented to the sultan, who rewarded the chief physician with precious gifts. 12)Nevruziyye was also presented to members of the royal family and state officials.

2) **Seferli Koğuşu** biçimsel olarak doğrudan erek dile aktarılmış; parantez içinde açıklama verilmiştir. Parantez içi açıklamada **Hall of the Expeditionary Force** sözcük öbeği tercih edilmiştir.

3) **Tensuh** sözcüğü erek metne eklenen “medicines in the form of pastilles known as **Tensuh**” ifadesinin eklenmesiyle açılanmıştır.

4) **Şifa ayetleri** ifadesi, “**Verses from Koran relating to recovery**” sözcük öbeğiyle karşılanmış; **mübarek sözler** ifadesi ise **other religious maxims** sözcük öbeği ile erek dile aktarılmıştır. Yapılan açıklama sayesinde kültürel aktarımın gerçekleştiği söylenebilir.

5) Kaynak metinde **başlala** terimi küçük harfle başlatılmış ve erek metinde **baş lala** olarak ayrı yazılmıştır. Kültüre özgü unsur birebir aktarılmıştır. Kaynak metinde kesme işaretinin unutulduğu görülmektedir. **Hokka** sözcüğü düz anlam çevirisi yapılarak **jar** ifadesiyle erek metne geçmiştir.

6) Kaynak metinde “bitkilerde” sözcüğünde yazım hatası tespit edilmiştir. Bu sözcüğün “bitkilerle” şeklinde yazılması gerekmektedir. Kaynak metnin sözcük dizimi

metinde anlam kaymasına neden olmaktadır. ‘Gül’ ve ‘gelincik’ ifadelerinin birer şifalı çiçek değil ‘macun’ oldukları yanlışlığı uyanmaktadır.

7) **Mesir macunu** da erek dilde biçimsel olarak muhafaza edilen sözcükler arasında sayılabilir. Kaynak metinde de erek metinde de parantez içi açıklama eklenmiştir. Kaynak metinde parantez içi açıklama kaynak okur için açıcıdır. **Mesrititus** kelimesinin **Mithridates** olarak aktarılması bir kültürel aktarım örneği olarak değerlendirilebilir. Ancak bu bilgiye kaynak metinde yer verilmemesi dikkat çekicidir.

8) **Od** gecesi erek metne doğrudan aktarılmış olup, ifadenin parantez içi eklenmesinde **Night of Fire** anlamına geldiği bilgisi verilmiştir. Bu örnekte de kaynak metinde olmayan ve kaynak okurun aşına olmadığı bazı bilgiler eklenmiştir. **Hayalbaz, Hokkabaz** ve **incesaz** sözcükleri yerileştirme tekniği ile kültürel karşılıkları olan **shadow play, illusionists** ve **musicians** ifadeleriyle erek dile aktarılmıştır.

9) Kaynak metinde bulunan “Hekimbaşı denetiminde her sene Nevruz’da” ifadesi erek metinden çıkartılmıştır. **Nevruzziye** sözcüğü doğrudan erek metne aktarılmıştır. Ödünç alınan sözcük **amber**, erek dildeki orijinal biçimiyle erek dile aktarılmış; **afyon hulasası** ifadesi ise hulasa sözcüğünün çıkartılması ile **opium** olarak erek dile aktarılmıştır.

9. cümleyi takiben erek metne Nevruz’un kültürel anlamını açıklayıcı bir cümle eklenmiştir: “every year on 22 March, the ancient new year known as **Nevruz**; under the supervision of the chief physician.” Kültürel aktarıma hizmet eden açıcı bir ekleme olarak değerlendirilebilir. Ancak açıklamada söz konusu olan “yeni yıl” ın anlamı belirsiz kalmıştır.

10) Kaynak metindeki **nevruziyelik** ifadesi erek metinde “Nevruziyelik denen kaplar” anlamında **Porcelain jars of Nevruzziye** öbeğiyle karşılanmıştır. Bu noktada kültürel aktarım gerçekleştirilmiştir. 10. ve 11. cümlede verilen bilgi, cümle yapıları değiştirilerek benzer anlamda erek metne aktarılmıştır.

9. SABUN, KOKU, MUM

1)Helvahanede çeşitli esanslar ve kimyevi karışımlarla sabunlar hazırlanırdı. 2)El yıkamak için imal edilen sabunların içine güzel kokması için **yasemin, hanımeli, ıtır, menekşe,**

SOAP, PERFUME AND CANDLES

1)As well as sweets and desserts the palace confectioners prepared diverse essences, therapeutic preparations and soap. 2)**Toilet soap** was perfumed with essences of flowers such as **jasmine,**

karanfil, zambak, besbase (macis), gecesafası gibi çiçeklerin esasları katılırdı. 3)Çamaşır yıkamak için kullanılacak sabunlar ise **siyah kimyon usaresi** katılarak imal edilirdi. 4)Ayrıca hekimbaşlarının özel reçetelerine göre cilt hastalıklarının tedavisi için sabun imal edilirdi. 5)Saçları yıkamak için kullanılacak sabunlar hazırlanırken saçların dökülmesini, kepeklenmesini önleyen birtakım kimyasal maddeler yanında ıtır, **karbonat** ve zeytinyağı kullanılırdı. 6)Kalıplarla sabunlara değişik şekiller verilirdi. 7)Tedavi amaçlı yapılan sabunlar Saray hastanelerinde, saray hamamlarına da dağıtılırdı.

8)Helvahanede mekânların güzel kokması için **buhur** ile **gül yağı** da yapılırdı. 9)**Buhur** yapmak için güzel koku veren **misk, kitre, pelesenk ve öd ağacı yağı, gül yağı, kömür tozuyla** harmanlanarak hazırlanır ve kalıplara dökülürdü. 10)Bunların dışında **saf amber kabuğu, amber, ardıç tohumu, günlük, sandal tozu** gibi buhurlar hazırlanırdı. 11)**Gülabdanlar** içine konulan ve tatlılarda kullanılan gül esansı ile mekânların aydınlatılması için gerekli olan güzel kokulu ve şekilli mumlar da Helvahane’de üretilirdi.

honeysuckle, rose geranium, violet, lily and marvel of Peru, and spices like clove and mace. 3)**Nigella seed essence** was added to the soap used for washing laundry. 4)Prescription soaps for treating skin complaints were made according to formulas written by palace physicians. 5)Substances like rose geranium **oil, carbonate and** olive oil, as well as various ingredients for preventing hair loss and dandruff were added to soap used in the palace hospitals and baths.

8)Incense ad rose oil were prepared in the palace confectionery kitchen. 9)**Incense** was made from a mixture of **musk, gum tragacanth, balsam of Mecca (opobalsamum), aloes, rose oil and charcoal powder**, which was the pressed into moulds. 10)Other types of incense were made of **cascarilla bark, ambergris, juniper seeds, storax, sandalwood and other fragrant substances.** 10)**Incense was burnt to make rooms smell fragrant.** 11)**Special bottles called gülabdan** were used for rosewater, which was an important flavouring for desserts. 12) Perfumed candles in attractive shapes used to

illuminate the palace were also produced in the confectionery kitchen. 13) Rose water made by confectionery kitchen. 14) Rose water made by confectioners was kept in vessels called gülâbdan and sprinkled into sweet dishes. 15) They also made perfumed candles from beeswax.

1) Erek metnin devrik yapısı ve “confectioners” sözcüğünden sonra “virgül” işaretinin konulmaması akıcılığı engelleyen bir unsur olarak görülebilir. Aktarım anlamda bozulmaya neden olmaktadır.

2) Sekiz adet çiçek isminin geçtiği kaynak metinde “el yıkamak için imal edilen sabunlar” tanımlayıcı cümlesi erek metinde **Toilet soap** olarak ifade bulmuştur. Kaynak metne göre daha sade bir metin olduğu söylenebilir. Erek kültürdeki kullanımlar göz önüne alınmıştır. Kaynak metinde geçen çiçek isimlerinden ikisi; **karanfil** ve **besbase** baharat olarak tanımlanmış; kaynak metne, **besbase**’nin halk arasında bilindik ismi **macis** parantez içine eklenmiş ve erek metinde **mace** olarak yer almıştır. Kültürel aktarıma örnek teşkil eden işlevsel bir çeviri yaklaşımı olarak değerlendirilebilir. **Yasemin** sesletim yapılarak doğrudan aktarım yoluyla **jasmine** sözcüğü; **hanımeli** anlam muhafaza edilerek **honeysuckle** olarak erek kültüre aktarılmıştır. Kültürel çeviriden söz edebiliriz. Diğer çiçek isimlerinin çevirisinde benzer bir yaklaşımın benimsendiği söylenebilir. **Itır, rose geranium; menekşe, violet; lily, zambak** ve **gecesafası, marvel of Peru** ifadeleriyle erek metinde kültürel eşdeğerlerini bulmuştur. Daha önce geçen bitki isminin Latince karşılığının verilip bu metinde çiçek isimlerinin kültürel karşılıklarının verilmesi tutarsızlık örneği olarak değerlendirilebilir.

3) **Siyah kimyon, nigella** olarak çevrilmiş ve kültürel aktarım gerçekleşmiştir. **Usare** sözcüğü erek dilde **essence** olarak karşımıza çıkar. Yerlileştirme yapıldığı söylenebilir. Öte yandan **usare** sözcüğünün kaynak metinde yabancı kalması dil içi çeviri ihtiyacını akla getirmektedir.

5) Erek metnin karmaşık yapısı dikkat çekmektedir. Kaynak metindeki **itır** sözcüğüne erek metinde **oil** sözcüğü eklenmiştir. **Karbonat, carbonate** sözcüğüyle doğrudan erek dile aktarılmıştır. Metnin çevirisinde dikkat çeken diğer bir husus erek metne anlamı

farklılaştıran ek bir bilgi eklenmesidir: “hastahanelerde ve hamamlarda kullanılan sabunların üretiminde” ifadesine kaynak metinde rastlanmamış; genel olarak sabunların üretiminden bahsedildiği görülmüştür

6) Metnin tamamı erek metinden çıkartılmıştır.

7) Metin erek metne çevrilmemiştir. 5. Cümlede yapılan eklemenin benzer bilgi içerdiği dikkat çekmektedir. Cümlede yazım hatası bulunmaktadır. Hastanelerinde sözcüğündeki “de” eki yanlış kullanılmıştır. Saray sözcüğünün yazımında hata olduğu görülmektedir. Büyük harfle yazılmasına gerek yoktur. Metnin genelinde yazımında en fazla istikrarsızlığın görüldüğü sözcüklerden birinin de “saray” kelimesi olduğu söylenebilir. Çevirmenin 7. cümleyi erek metinde 5. cümleyle birlikte aktardığını görülmektedir. Ancak metinlerdeki vurgunun uyumlu olduğundan söz edilemez.

8) Kaynak metinde bulunan pekiştirme amaçlı kullanılan “de” ekinin erek metinden çıkartıldığı görülmektedir. Eksik çeviri olarak değerlendirilebilir.

11) **Gülabdan** sözcüğü açıklama yoluyla erek metne geçirilmiştir. Kaynak metnin anlaşılması zor bir cümle olduğu söylenebilir. Erek metinde yapılan sözdizimi değişikliğinin daha akıcı bir metnin oluşmasında fayda sağladığı açık bir şekilde görülmektedir.

Erek metinde 13. cümlelerin kaynak metinde olmaması ve 14. cümlede verilecek olan bilginin bu bilgiyi kapsamaması nedeniyle gerekli olmayan bir cümle olarak dikkat çekmektedir. 15. cümle erek metne eklenmiştir.

10. MATBAH-I AMİRE SARAY MUTFAKLARI KOĞUŞLARI

1)16. ve 17. yüzyılda Saray mutfaklarında çalışan ve sarayda kalan aşçılar, **helvacılar**, **şekerciler** ve diğer hizmet grupları için **dolgu** ve **bağdadi** üzerine sıva tekniğinde yarı ahşaptan geleneksel Türk evi görünümünde koğuşlar yapılmıştır. 2)Ağır ahşap karkas arasında tuğla dolgu duvarlarının dış yüzeyleri sıvalı ve taş taklidi boyalı olan

PALACE KITCHEN STAFF HALLS

1)In the 16th and 17th centuries living quarters for the cooks, **confectioners** and other personnel working in the Palace Kitchens were built. 1)These were in the form of traditional Turkish halftimbered houses, with bricks in the spaces between the heavy timber beams covered with lathe and plaster work. 2)The exterior surfaces of the walls are faced in plaster

bu koğuşlar, Saray'ın Müze'ye dönüştürüldüğü 1924 yılında harap halde olduğundan zaman içinde yıkılmıştır. 3)Yerine sergi salonları olarak kullanılmak üzere binalar yapılmıştır.

painted to resemble stone. 2)When palace was turned into a museum in 1924 these staff halls were derelict and later fell into ruin. 3)They were replaced by buildings intended to be used as exhibition galleries.

Saray mutfakları kısmında bulunan tabelanın orijinal hali Ek A'da görülmektedir. Metnin erek okura aktarımı sürecinde anlamsal açıdan farklılaşan, vurguların farklı yerlere yapıldığı bir metindir. Kaynak metnin iki cümlesi ikişer cümleyle erek metne aktarılmıştır. **Matbah-ı Amire** erek metne **Palace kitchen** ifadesiyle yer bulmuştur. Genel bir ifade kullanımı tercih edilmiştir. **Koğuş** kelimesi **hall** sözcüğü olarak genel bir ifadeyle erek metne yerleşmiştir.

1) Erek metnin bu cümlesinin anlaşılır bir cümle olduğu söylenemez. “centuries” sözcüğünden sonra unutilan bir “virgül” işareti göze çarpmaktadır. **Helvacılar** ve **şekerciler** sözcükleri erek metinde genellenerek **confectioners** sözcüğüyle çevrilmiştir. Metinde geçen **dolgu** ve **bağdadi** ifadeleri erek metinde anlamlarının açıklanması suretiyle erek okur için açılmıştır. İşlevsel ve kültürel aktarımın gerçekleştiği bir metin olduğu söylenebilir.

2) İki uzun cümleden oluşan kaynak metin, erek metne beş cümle ile aktarılmıştır. Kaynak metne oranla daha akıcı ve kolay okunur metin olma özelliği taşıdığı düşünülebilir.

11. BAB-ÜS SELAM

1)Fatih Sultan Mehmed tarafından 1468 yılında yaptırılmıştır. 2)**Kanuni döneminde** yapılan onarımlardan sonra, 16. yüzyıl Osmanlı mimarisinin klasik unsurlarını yansıtır. 3)Demir kapı 1524'de **İsa bin Mehmed** tarafından yapılmıştır. 4)I. Avlu'ya bakan cephede **Kelime-i Tevhid, Sultan II. Mahmud**

THE GATE OF SALUTATION

1)**Bâbü's-selam (The Gate of Salutation)** was commissioned by Mehmed the Conqueror **1468**. 2)Classical elements of 16th century Ottoman architecture were reflected in its design after it was renovated during the period of **Suleiman the Magnificent**. 3)In 1524, **Isa bin Mehmed** built the gate's iron

(1808-1839) **tuğrası**, yanlarda 1758 tarihli tamir **kitabeleri** ve **Sultan III. Mustafa** (1757-1774) **tuğraları** vardır. 5)II. Avlu'ya bakan cephe 18. yüzyılda **rokoko** üslubunda dekore edilmiş geniş **revaklara** sahiptir. 6)Buradaki manzara konulu duvar resimleri 19. yüzyıla aittir. 7)Kapının iki yanında **Bevvabân-ı Dergâh-ı Âli** denilen kapı görevlilerinin kullanıldığı koğuşlar yer alır.

door. 4)Mounted on the side facing the First Courtyard, are the **Shahada (the Islamic statement of faith)**, **Sultan Mahmud II (1808-1839)'s calligraphic seals of Sultan Mustafa III (1757-1774)**. 5/6) The side facing the Second Courtyard contains wide **porticos** laced with strong 18th century **rococo style**, as well as landscape paintings dating from the 19th century. 7)On both sides of the gate are the '**Bevvabân-ı Dergâh-ı Âli**', or the **barracks that were used by the gatekeepers**.

Ziyaretçilerin müze biletlerini aldıktan sonra güvenlik kontrol noktasında karşılaştıkları bir metindir. Kapı hakkında genel bilginin verildiği metnin fazla detaylı olduğu yorumu yapılabilir. Ciddi yoğunluktaki kültüre özgü unsurların sadece erek okura değil, diliçi çeviri ile yerli turistlere de açıklanmasını gerektirmektedir. Güvenlik kontrol noktası olması ne deniyle bulunduğu yerde çoğunlukla aşırı izdiham yaşanmaktadır. Bu nedenle bilginin daha yalın bir dil kullanarak ve daha kısa bir metinle aktarılmasının daha işlevsel olacağı düşünülmektedir. İçerik odaklı metin bilgi verme amacı gütmektedir. Resmi, çağrı ve anlatımsal işlevlerden muaf abartısız bir dil kullanılmıştır. İlk iki metne göre cümle düzeyinde daha akıcı bir metindir. Yabancılaştırma yaklaşımının hakim olduğu metinde iki örnekte parantez içinde verilen ek bilgiye rastlanmıştır. Erek metinde bir cümlede dilbilgisi hatası tespit edilmiştir.

1) Erek metinde kapının adı, **Bab-üs Selam** olarak doğrudan aktarılmış; parantez içinde düz anlam çeviri verilmiştir. Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinlerinde karşılaşılan Osmanlıca ifadeler zaman zaman metinlerin kaynak okur tarafından algılanmasında da sorun teşkil etmektedir. Özellikle genç ziyaretçilerin artık günlük dilde kullanılmayan bu kelimeleri yadırgatıcı bulacağı ve yabancılık çekeceği söylenebilir. Bu sözcüklerin sadece erek metinde değil, kaynak metinde de çeviri eyleminin ortak üst amaç

çerçevesinde nasıl ele alınacağını kararlaştırılması metinlerin işlevselliğine hizmet edecektir.

Erek metinde “1468” tarihinin önünde “in” zarfının unutulduğu dikkat çekmektedir.

2) **Kanuni dönemi** İngilizce metne **period of Suleiman the Magnificent** olarak aktarılmış ve böylece erek metinde adlandırmada kullanılan **Kanuni** sözcüğünün gönderme yaptığı özel isimle ilişkisi sürdürülmüştür. Ayrıca **Suleiman the Magnificent**, genek olarak yaygın kullanımı olan uluslararası bir ifadedir. Bu yönüyle verilen kararın kültürel aktarıma yarayan yerinde bir karar olduğu düşünülmektedir.

3) Kaynak metin edilgenken, erek metnin etken yapısıyla vurgu kapıyı yapan kişiye yapılmaktadır. Oysa erek metne sesletim yoluyla doğrudan aktarılan isim **İsa Bin Mehmet** alan bilgisi olmayan okur tarafından bilinmesine imkan olmayan bir isimdir. Bu anlamda erek metinde kullanılan yapının etken olması olumsuz anlamda dikkat çekmektedir.

4) Kaynak metindeki **I. avlu** ifadesi erek metinde **first courtyard** olarak harflerle yazılmış ve daha kolay okunan bir ifadeye dönüştürülmüştür. İngilizce’de “birinci” anlamına gelen **first** sözcüğü gereksiz yere büyük harfle yazılmıştır. Erek metindeki devrik cümle yapısı, özellikle aynı cümlede geçen kültüre özgü unsurların çokluğu düşünüldüğünde metinde hantal bir hava yaratmaktadır. Bilgilendirici tanıtım metinlerinin daha işlevsel olmaları için kısaltılıp hantallıktan kurtarılması ve böylece ziyaretçilerin hem müzeye hem de sergilenen eserlere ilgisini canlı tutarak müzeyi ziyaretçiler için daha bilgilendirici kılması gerektiği söylenebilir. İslam kültürüne ait dini ve kültürel bir ifade olan **Kelime-i Tevhid**’in aktarımında açıklama yapılarak ifadenin erek dilde genel kabul görmüş yaygın karşılığı olan “şehadet” ifadesi sesletimli doğrudan aktarım yoluyla erek dile **shahada** sözcüğüyle aktarılmış; ayrıca parantez içinde the **Islamic statement of faith** açıklaması eklenerek çağrışımsal anlamı açıklanmıştır. **Sultan II. Mahmut**, doğrudan aktarım stratejisi kullanılarak erek dile çevrilmiş; **Tuğra** sözcüğü ise **calligraphic seal** sözcük öbeğine dönüştürülerek açıklama yöntemiyle erek dile geçirilmiştir. Bu yönüyle, metnin üreticisinin/çeviricisinin erek okuru göz önünde bulundurarak ilk metinlerde görülmeyen farklı bir uygulama yapmıştır. Metnin, erek okura yaklaşan, kültürel aktarımın gerçekleştiği bir metin olduğu söylenebilir. **Kitabe** sözcüğü kaynak dilde “üzerinde yazı bulunan anıtsal bir yapı unsuru” anlamındadır. Erek metinde ise “üzerinde yazı olan her türden nesne” anlamına gelen **Inscription** sözcüğüyle

karşılanmıştır. Yapılan düz anlam çevirisi sözcüğün “anıtsallık” anlamını azaltmaktadır. Bu örnekte, “Epigraf” sözcüğü kültürel aktarıma daha uygun bir diğer seçim olarak değerlendirilebilir. Erek metinde çeviri hatası bulunmaktadır: Kaynak metinde “duvarda Sultan II. Mahmud ve III. Mustafa’nın tuğralarının asılı olduğu bilgisi verilmektedir. Fakat erek metinde, Sultan II. Mahmud’un tuğralarının III. Mustafa’ya ait olduğunun anlaşıldığı bir metin bulunmaktadır.

5) Kaynak metindeki “Rokoko” sözcüğü İngilizce sesletim ile ödünç aldığımız bir ifadedir. Erek metinde **rococo** sözcüğü olarak yerini almıştır. Revak, yapının ön kısmında güneşten ve yağmurdan korunmak için inşa edilen sütunlu alan” anlamına gelmektedir. Sözcüğün erek metne “veranda” anlamına gelen **Porch** kelimesiyle aktarıldığı görülmektedir. Bu noktada bir yakınlaştırma stratejisi; kültürel tanışıklık yaratarak mekanın tarihiyle özdeşlik kurulmasına imkan tanıyan dikkat çekici bir kültürel aktarım örneği olarak değerlendirilebilir.

5/6) Erek metinde 5. ve 6. cümlelerin birleştirilmesiyle daha akıcı bir metin elde edilmiştir. Kaynak metindeki “manzara konulu duvar resimleri 19. yy’dan kalmıştır” ifadesinin metnin bağlamına oturmadığı düşünülebilir. Genel vurgu, duvar süslemelerinden yapım tarihine kaymıştır. Okur dikkatini dağıtan bir seçim olarak açıklanabilir.

7) *Bevvabân-ı Dergâh-ı Âli* sözcük öbeği dil içi çeviri gerektiren Osmanlıca bir ifadedir. Kaynak metinde, “...denilen kapı görevlileri” denilerek anlam açıklştırılmıştır. İfade erek metne doğrudan aktarılmış; ancak kaynak metinde uygulanan açılımıma birebir uygulanırken çeviri hatası yapılmıştır. Bu ifadeyle kaynak metinde “kapı muhafızları” kastedilirken, erek metinde “kapı muhafızlarının kullandığı kışlanın adı” anlamını vermektedir. **Koğuş** kelimesinin erek metne **barrack** olarak aktarılmasının kültürel tanışıklık getiren, dikkat çekici bir yerlileştirme örneği olarak dikkat çektiği söylenebilir.

12. BETİMLEME

DESCRIPTION

1) Sarayın II. Avlusunda, **Bâb-üs Saade** önünde sol tarafta **Dîvân-ı Hümayûn** ve **Adalet Kulesi** görülür. **Hünernâme** II’den, 1588 tarihli.

1) The Accession of Sultan Süleyman the Magnificent in the second court of the Palace, at the left **the Council Hall** and

the are to be seen. From **Hünername II**, dated 1588.

Üzerinde adalet kulesinin yükseldiği Divan-ı Hümayün kısmının iç mekanında yer alan minyatür tekniğinde yapılmış ve Divan-ı Hümayün ve adalet kulesinin görüldüğü tablonun açıklama yazısı olan bu metin, tek cümleden oluşmaktadır.

1) **Bâb-üs Saade** ifadesi erek metne aktarılmamıştır. **Divân-ı Hümayûn** ifadesi genelleme yoluyla erek metinde **Council Hall** ifadesiyle karşılığını bulmuş; **Adalet Kulesi**, düz anlam çevirisi ile **Tower of Justice** ifadesiyle erek metne aktarılmıştır. **Hünername** sözcüğü ödünçlemeyle erek metne geçmiştir.

Bu metinde dikkat çeken diğer bir unsur, kaynak metinde “**Kanuni Sultan Süleyman Sultan**’ın taht töreni” bilgisi kaynak metinde olmadığı halde erek metinde olduğu görülmektedir. Kaynak metinde olmayan bu bilginin eklenmesi dikkat çekicidir.

13. NİŞAN SÜTUNU

1) **Sultan III. Selim’in Levend Çiftliği’nde 898 m.den** hedefteki **testiyi** tüfekte vurması anısına dikilmiştir. 2) **Nizam-ı Cedid** askerlerinin tüfek talim yeri olan **Levend Çiftliği’nden** Topkapı Sarayı Müzesi’ne getirilen Nişan Taşı’nın üzerinde, **Kaptan-ı Derya Ratip Ahmed Paşa’nın** oğlu **İbrahim Naşid Bey’in** **Sultan III. Selim’in** tüfek atmadaki maharetini anlatan 10 **beyitlik manzum kitabesi** yer alır.

TARGET COLUMN

1) This target column was erected to commemorate **Selim III’s** shooting of a **jug** at the target **898m.** away using a rifle. 2) It was brought to Topkapı Palace Museum from the **Levend Ciftligi** which was the drill-ground of **Nizam-i Jadid** soldiers. 3) The inscription of 10-couplet poem relating the dexterity of Selim III’s shooting belongs to **Ibrahim Nashid Bey**, son of **Captain Ratip Ahmet Pasha**.

Metin 2. Avluda bahçede bulunan nişan sütununun yanında yer almaktadır.

1) Kaynak metinde **Sultan III. Selim**, erek metinde **Selim III** olarak ifade edilmiş ve **Sultan** ibaresi çıkartılmıştır. Kaynak metindeki **Levend Çiftliği** ifadesi erek metinden çıkartılmıştır. Erek okur için gereksiz olduğu düşünülen bir bilgi çıkartılarak metin sadeleştirilmiştir. **898 m’den** ifadesinin erek metne olduğu gibi aktarıldığı

anlaşılmaktadır. Kültürel aktarıma hizmet ettiği söylenemez. Bu noktada doğrudan aktarımın anlamsal açıdan yapılmasının daha uygun olacağı düşünülebilir. **Testi** sözcüğü, kültürel karşılığı olan **jug** sözcüğü ile erek metinde yerini almıştır.

2) Kaynak metin çok uzun bir cümledir ve erek metinde bilgi iki cümle halinde verilmiştir. Okumayı ve anlamayı kolaylaştıran bir karar olduğu düşünülebilir. **Nizam-ı Cedid** ifadesi erek metne sesletim yapılarak **Nizam-i Jadid** ifadesi ile doğrudan aktarılmıştır. **Levend Ciftliği**, erek dile doğrudan aktarılmıştır. Ancak **Çiftliği** ifadesinin de doğrudan aktarılması dikkat çekicidir. Erek dilde birebir karşılığı olan “farm” sözcüğünün neden kullanılmadığı sorusu akla gelmektedir.

Kaptan-ı Derya ifadesi, genel bir ifade seçilip düz çeviri ile **Captain** olarak erek metinde karşılığını bulmuştur. **Ratip Ahmet Paşa**, sesletim aracılığıyla erek metne **Ratip Ahmed Pasha** olarak gibi aktarılmıştır. Doğrudan aktarım yapılmıştır. **İbrahim Naşid Bey**, öbeği **Ibrahim Nashid Bey** olarak, sesletim yoluyla doğrudan aktarılmıştır. Ancak ismin sonundaki **bey** lakabı erek metinde muhafaza edildiğinden söz konusu kişinin soyadı gibi algılanmaktadır. Bu noktada **bey** ifadesinin erek metinden çıkartılması bir alternatif olarak düşünülebilir. **10 beyitlik manzum** kitabe ifadesi, erek metinde **10 couplet poem** ifadesi ile karşılanarak erek kültüre uygun bir ifade seçimiyle kültürel aktarım gerçekleşmiştir.

14. ADALET KULESİ

1)Fatih Sultan Mehmed (1451-1481) döneminde bir kule-köşk olarak inşa edilen kule, Kanuni Sultan Süleyman (1520-1566) döneminde yenilenmiştir. 2)Yapının üzerinde konik külahlı ahşap bir **cihannüma kasrı** bulunuyordu. 3)Sultan II. Mahmud (1861-1876) döneminde 1820 yılında yükseltilmiş ve Sultan Abdülaziz (1861-1876) döneminde üzerine **ampir üslupta** bir köşk yaptırılmıştır. 4)Beş katlı olan kulenin merdivenleri 19. yüzyıla aittir.

TOWER OF JUSTICE

1)The Tower of Justice was originally built as a tower-kiosk during the period of Mehmed the Conqueror (1441-46/1451-81). 1)It was later rebuilt during the period of Suleiman the Magnificent. 2) There used to sit a cone-shaped, **wooden kiosk** at the peak of the tower. 3)The tower was extended in 1820 during the period of **Sultan Mahmud II**. 3)During the reign of **Sultan Abdulaziz** (1861-1876) **a summerhouse fashioned** in imperial design was built at the peak of

5)Kule, geleneksel saray kulelerinin bir örneği olarak padişahın şehri, sarayı ve özellikle **kafesli odasıyla** Divan toplantılarını izlemesi için inşa edilmiştir.

the tower. 4)The stairway running up the five-story tower was installed in the 19th century. 5)The tower was constructed to set an example for traditional palace towers and also for the sultan to watch the city and palace along with Imperial Council meetings from behind his **lattice-encased window**.

Adalet kulesi ifadesi **Tower of Justice** olarak erek kültüre düz anlam çevirisi yoluyla birebir aktarılmıştır. Metin 2. Avlu’da yer almaktadır. Binanın girişinde bulunmaktadır. Turistlerin fotoğrafını çekebileceği ender metinlerdendir.

1) Fatih Sultan Mehmed Sultan’ın isminin yanında parantez içinde hükümdar olduğu yılların bilgisi verilmiş; erek metinde parantez içindeki tarih bilgisine ek, ikinci bir tarih eklenmiştir. Kulenin yapım tarihleri olduğunu düşündüren bu tarihler, kaynak metinde bulunmamaktadır. Çeviriyi yapan kişinin daha önce de kaynak metinde olmadığı halde alan bilgisi gerektiren bazı eklemeleri olmuştur. Ancak erek metinde bu tarihlerin ne ile alakalı olduğunu anlamak çaba sarfetmeyi gerektirmektedir. Ne kadar gerekli olduğu sorgulanabilir. Kaynak metindeki Kanuni Sultan dönemi restorasyonu bilgisi erek metinde ikinci bir cümle açılarak eklenmiştir.

2) **Cihannüma Kasrı**, kaynak metinde küçük harfle yazılmış ve erek metne **wooden kiosk** olarak çevrilmiştir. Ağaçtan yapılma anlamına gelen ahşap sözcüğü düz anlam çeviri anlayışıyla wooden kelimesi kullanılarak erek metinde yerinde almıştır. Yerileştirme yapıldığı söylenebilir.

3) Kaynak metin, erek metinde ikiye bölünmüş ve anlam açıklanmıştır. Sultan isimleri biçimsel olarak muhafaza edilerek oldukları gibi erek dile aktarılmıştır. **Ampir uslupta**, kaynak kültür okuyucusu için de yabancı bir kelimedir. Türk sanatına 19. yüzyılda giren bir Batı Avrupa mimari süsleme üslubu olarak bilinmektedir. Alan bilgisi gerektiren ve yabancılaştırıcı etkisi yaratan bir ifadedir. Hiçbir açıklama yapılmamıştır. Erek metinde ise **summerhouse fashioned** sözcük öbeği ile karşılığını bulmuş ve genel bir ifade kullanma yoluyla yerileştirme yapılmıştır.

5) **Kafesli oda**, erek metne “kaplamak, saklamak, gizlemek” anlamlarıyla ilişkilendirilebilen **lattice-encased window** çevirisi ile çağrışımsal anlamının açıklaştırıldığını; ancak amaca yönelik ek bilginin verilmediği görülmektedir.

15. HAREM

1)Arapça “Herkesin girmesine izin verilmeyen kutsal yer” anlamına gelen, Müslüman ülkelerde **mahram** aile yaşantısını tanımlayan **Harem**, Osmanlı Saraylarında hanedanın yaşadığı özel ve yasaklanmış yerdir. 2) Topkapı Sarayı Harem Dairesi; padişah, valide sultan, **padişahın kadınları**, çocukları, kız ve erkek kardeşleri ile hizmetli **cariyelerin** ve Harem’in koruyucusu **Karaağaların** yaşam alanıydı. 3)**Enderun** padişah, saray ve devlet hizmetinde bulunacak erkeklerin, harem ise kadınların yetiştirilmesi için bir eğitim kurumu idi. 4)II. Avlu’dan giriş kapısı üzerindeki 1586 tarihli **kitâbede** III. Murad’ın (1574-95) Harem’i genişlettiği yazılıdır.

5)Topkapı Sarayı Harem Dairesindeki ilk yapılar 15. yüzyılda Fatih Sultan Mehmed döneminde **Altın Yol** kenarında

HAREM

1)In Arabic, the word ‘harem’ means ‘a holy place in which not everyone can freely enter’, and throughout most Islamic countries refers to **private** family living quarters.1) In the context of Ottoman palaces, the Harem was where the dynasty privately lived..)It was forbidden to public. 2)Those who lived within its walls included the sultan, the Queen Mother, **the sultan’s mistresses**, his children, his siblings, the concubines who served him, and the black eunuchs who guarded the premises. 3)While Enderun was where the Sultan as well the men who were to serve both the palace and the Ottoman Empire received their education, the harem, likewise, served as the grooming place for the palace’s women. 4)Above the entrance gate leading into the second courtyard is an inscription dating from 1586 indicating that Sultan Murad III (1574-95) had expanded the Harem.

5)The initial sections of the harem were built along the edge of the ‘Golden Way’ (Altın Yol) in the 15th Century

inşa edilmiştir. 6)16.yüzyılın ikinci yarısında **Kanuni Sultan Süleyman'ın hasekisi Hürrem Sultan'ın Beyazıt'taki Eski Saray'dan Topkapı Sarayı'na taşınması** ile yoğun yapılaşma dönemi başlamıştır. 7)Harem'in kurumlaşması III. Murad (1574-1595) döneminde tamamlanmıştır. 8)Bu dönemde daha önce manzaraya açık taşlıklar çevresinde gelişen yapılaşma, kapalı avlular şeklinde dönüşmüştür.

9)Dönemin baş mimarları **Mimar Sinan ve Davud Ağa'dır**. 10)**Cariye koğuşları, valide sultan dairesi, çifte hamamlar, hünkâr sofası, III. Murad Has Odası ve Şehzadegân Dairesi** bu dönemde yapılmıştır. 11)**I. Ahmed Has Odası, III. Ahmed Has Odası, III. Osman Köşkü, III. Selim Dairesi ve Mihrişah Sultan Dairesi, Çifte Kasırlar, Mabeyn ve Gözdeler Dairesi** 1665 yangınından sonra inşa edilmiş, yapılara dönem modası **barok ve rokoko** dekorasyon uygulanmıştır. 12)Her padişah döneminde yapılan eklemelerle gelişen Harem'de günümüzde yaklaşık 300 oda, 9 **hamam**, 2 cami, 1 hastane, 1 çamaşırlık ve çok sayıda koğuş bulunur.

during the reign of Mehmed the Conqueror. 6)During the second half of the 16th century, the harem began to continuously lived in by royal family, this following Suleiman the Magnificent's **haseki (head mistress) Hurrem Sultan's** moving to the Harem from the Old Palace located in Istanbul's **Bayezid** neighborhood. 7)The Harem had become fully institutionalized during the reign of Murad II (1574-1595). 8)During this period, the previously open stone pathways had gradually turned into closed courtyards as the harem expanded around it.

9)The two chief architects who were behind the project included **Mimar Sinan and Davud Agha**. 10)**The concubines dormitories, the Queen Mother's apartment, the baths of the Sultan and Queen Mother, the Throne Room (aka Imperial Hall), and Sultan Murad III's room** alongside the apartments of the Queen Mother were all built during this period.11) The privy rooms of Sultan Ahmed I and of Sultan Ahmed III, alongside the kiosk of Sultan Osman III, the apartments of Sultan Selim III, the apartment of Mihrishah Sultan, **the twin pavilions (aka Chamber of Crown Princes)**, and apartments of Mabeyn and the Sultan's Favorites were all later built

after the fire of 1665. 11) All of the structures were designed in the **baroque** and **rococo** styles, which were in fashion during this period. 12) Throughout its active lifetime, the harem underwent many expansions during the reigns of almost every of sultan, and came to include nearly 300 rooms, 9 **bathhouses**, 2 mosques, 1 hospital, 1 laundry room, and numerous dormitories today.

Harem kısmının girişinde bulunan tabelanın orijinal hali Ek D’de verilmiştir. Tabelada yer alan erek metnin, kaynak metne göre hayli uzun olduğu farkedilmektedir. Harem bölümü, Topkapı Sarayı Müzesi içinde ayrı bir müze gibidir. Ayrı giriş ücreti olan ve ziyaretçilerin kapıda bilet kontrolünden geçtikleri bir bölümdür.

1) Erek metne kaynak metinde olmayan “birçok müslüman ülkesinde” ifadesi anlamda değişikliğe neden olacak şekilde eklenmiştir. Kaynak metinde tanıdık olduğumuz “mahrem” sözcüğü yerine sözcüğün İslam kültüründe kabul gören yaygın kullanımı; **mahram** kullanılmış; erek metne **private** olarak aktarılmıştır. Kültürel aktarım örneği olarak kabul edilebilir. Erek metinde ilk cümlelerin üç ayrı cümle ile aktarıldığı görülmektedir.

2) Kaynak metindeki **padişahın kadınları** ifadesi erek metne **the sultan’s mistresses** ifadesiyle aktarılmıştır. Erek dilde “gözde” anlamına gelen sözcük seçimi erek metinde kültürel karşılığını bulmuştur. **Cariyeler** sözcüğü bu metinde “odalık, metres, kapatma” anlamına gelen **concubines** sözcüğüyle çevrilmiştir. Bu sözcüğün aktarımlarında dikkat çeken tutarsızlık müze metinleri bütününde görülen çeviri tutarsızlığı olarak değerlendirilebilir. **Karaağalar** ifadesi **black eunuchs** olarak çevrilerek anlam çevirisi yapılmıştır.

Kaynak metinde, **Enderun** sözcüğünden sonra “virgül” işaretinin unutulduğu görülmektedir. **Enderun**, erek dile doğrudan aktarılmıştır; öznesi olduğu cümle “enderun” un ne olduğunu anlatan bir cümle olduğu için sözcüğün anlamsal çağrışımları erek okura geçmiştir denilebilir. Kaynak metinde kadınlar ve erkekler için de “eğitim

alma” ifadesi kullanılmışken, erek metne erkekler için **education**, kadınlar için **grooming** sözcüğüyle aktarım yapılmıştır. “grooming” sözcüğü erek dilde bakım görme anlamında “tımar edilmek” anlamına gelmektedir. Çevirinin hatalı olduğu söylenebilir.

4) **Kitabe** sözcüğü düz anlam çevirisi yapılarak, erek dile **inscription** sözcüğüyle aktarılmıştır ve anlam daralması görülmektedir. Zira erek dilde **inscription** sözcüğü “üzerine yazı yazılan her türden şey” anlamını içermektedir.

5) Kaynak metindeki **Altın Yol** erek metinde “turnak” içinde **Golden Road** olarak aktarılmış ve parantez içinde **Altın Yol** yazılmıştır. Birebir anlam çevirisi yapılmıştır.

6) **Kanuni Sultan Süleyman**, erek kültürde bilinen yaygın adıyla **Süleyman the Magnificent** ifadesiyle aktarılmıştır. **Haseki** sözcüğü doğrudan aktarılmış ve parantez içinde **head mistress** olarak ek açıklama girilmiştir. **Hürrem Sultan**, erek metne sesletim uygulanarak doğrudan aktarılmıştır. **Hürrem** sözcüğü erek dilde **Hurrem** olarak karşılık bulmuştur. **Beyazıd** ismi sesletimle doğrudan aktarılmış ve **Bayezid** olarak çevrilmiştir. **Eski Saray**, erek dile birebir anlam çevirisi yapılarak **Old Palace** olarak geçmiştir.

9) **Mimar Sinan** ve **Davud Ağa** erek dile doğrudan aktarılmış; ancak **Ağa** ünvanında diğer **Ağa** örneklerinde görülmeyen sesletim uygulaması yapılmıştır. Çeviri tutarsızlığı olarak değerlendirilebilir. Diğer bir husus, kaynak metinde “dönemin mimarları” denirken, erek metinde “projenin mimarları” şeklinde bir değişiklik ile cümle bağlama oturmuştur.

10) **Cariye** sözcüğü **concubine** olarak düz anlam çevirisiyle erek dile aktarılmıştır. **Koğuş** sözcüğü bu örnekte de **Dormitory** olarak aktarılmıştır. **Valide Sultan** ifadesi, **the queen mother**, **daire** sözcüğü **apartment** olarak erek dilde yerlerini almışlardır. Birebir anlam çevirisi yapılmıştır. **Çifte hamamlar** sözcük öbeği erek dilde açılarak **the baths of the Sultan and Queen mother** olarak çevrilmiştir. Bu örnekte de çevirmenin kaynak metinde olmayan spesifik bir bilgiyi erek metne eklemesi dikkat çekmektedir. **Hünkâr sofası** ifadesi kültürel tanışıklık için genel bir ifade kullanarak yerleştirilmiş ve erek metinde **the Throne room** olarak süreçte yerini almıştır. Parantez içinde ayrıca **Imperial Hall** ifadesi eklenerek erek kültüre uygun bir ifadenin seçimiyle kültürel aktarım gerçekleşmiştir. Kaynak metnin bir sonraki cümlesi erek metinde bu cümleye eklenmiştir. Fazlasıyla uzun bir cümle olduğu söylenebilir.

11) **Has Oda** ifadesi, **Privy** sözcüğüyle erek kültüre tanıdık bir ifadeyle aktarılmıştır. **Çifte Kasırlar** öbeği, erek dile **Twin pavilions** olarak aktarılıp parantez içinde **Chamber**

of Crown Princes olarak desteklenmiştir. **Kasr** sözcüğü erek dilde **pavillion** sözcüğüyle karşılanmıştır. Bu yönüyle yerlileştirme örneği olarak görülebilir. **Mabeya**, erek dile **apartments of Mabeyn** olarak çevrilmiştir ve **Mabeyn** sözcüğü erek okur için yabancılığını korumuştur. **Gözdeler** ifadesi **Sultan's favourites** olarak erek metne aktarılmıştır. Birebir anlam çevirisi örneği olarak görülebilir. **Barok** ve **Rokoko** sözcükleri erek dildeki orijinal halleriye erek metne geçirilmiştir.

12) **Hamam** sözcüğü erek dile **bathroom** genellemesiyle aktarılmıştır. Yerlileştirme örneklerinden bir örnek olarak kabul edilebilir.

16. KUŞHANE MUTFAĞI

1)Harem'in 15. yüzyılda inşa edilen ilk bölümünü ve eksenini oluşturan Altınyol'dan girilen Kuşhane Mutfacı, **Enderun Avlusu'na** taşarak cephe yapar. 2)Mimarisi, burada çalışan görevlilerin gece-gündüz kalabilmesi için düzenlenmiştir. 3)Asma katlı olup, her iki kata da Altınyol'dan girişi vardır. 4)Alt kattaki oda taşı ocak ile alması örgülü özgün bacası, duvarlarındaki **nişleri**, ocağın karşıdaki duvarın arkasında yer alan çeşmeli hazne ve tuvaleti özgündür. 5)Asma katta da dolap nişleri olup, tonoz tavanında ışık alması için **fil gözleri** vardır. 6)Özel gün veya gecelerde padişah ve üst düzey hanedan mensuplarına hizmet eden Kuşhane Mutfacı'nın masrafları **Ceyb-i Hümayûn (son dönemlerde Hazine-i Hassa)** denilen, padişahın özel bütçesinden karşılanırdı. 7)Bu mutfaktaki görevliler **Zülüflü**

KUŞHANE KITCHEN

1)The Kuşhane Kitchen is accessed through The Golden Road that was built in the 15th century, which also creates the first part of the **Harem**, by creating a front at the **Enderun Courtyard (Courtyard of the Palace School)**. 2)The architecture is planned to accommodate the attendants who work their day and night. 3)The two-storey structure has a mezzanine and ground floor and both floors have access to The Golden Road. 4)The flame stone stove and the alternately braided chimney, the **niches** on the walls, the reservoir with fountain that is located behind the wall across the stove and the bathroom located on the lower floor are all authentic. 5) On the mezzanine floor, there are cabinet niches and **elephant eyes** on the vaults to allow light to flow through. 6)The Kuşhane Kitchen that was used to serve the sultan and members of

Baltacılar'ın güvenilir ve kabiliyetli olanlarından seçilir, aşçılardan birincisine “**kuşcubaşı**”, diğerine “**ikinci**” adı verilirdi. **8)**Padişahlar binişe gittiği zaman, yani ava çıktığı veya saraydan dışarı çıktığında, Kuşhane Mutfağı da beraber giderdi. **9)**Kuşhane Mutfağı'nda kullanılan eşyalar ve masraflar kaydedilirdi. **10)**Doğum, sultan kızlarının evlenmeleri, şehzadelerin sünnetleri vb. saray merasimlerinde Kuşhane Mutfağı'nda Harem'de ziyafetler verildiği bilinmektedir.

the dynasty on private days or evening was funded by **Ceyb-i Hümayun (the sultan's Privy Purse, which was later named Hazine-i Hassa)** that was for the use of the sultan only. **7)**The attendants of the kitchen were specifically chosen from the “**Zülüflü**” Guards to be trustworthy and talented. **7)**The first of the cooks were called “kuşcubaşı” (the chief bird keeper), and the other was called “ikinci” (second). **8)**The Kuşhane Kitchen accompanied the sultan when he went riding-to go hunting or when he left the palace. **9)**The tools and objects used in the kitchen alongside the expenses were all recorded. **10)**It is known that The Kuşhane Kitchen gave feasts at the Harem for the weddings of the daughters of sultans, for the circumcision ceremonies of the sultan's sons (princes) and other palace ceremonies.

Harem bölümünün iç mekanında yer alan ve orijinal halinin Ek E'de verildiği tabelada, metnin başlığı olan **Kuşhane mutfağı** ifadesinin doğrudan ve düz anlam çevirisi yoluyla erek metne aktarıldığı görülmektedir.

1) Kaynak metindeki “Enderun Avlusu'na taşarak cephe yapar” ifadesi kulağa yadırgatıcı gelmektedir. Erek metinde daha da karmaşıklaşan yapısıyla işlevsel olmayan metin örneklerinden sayılabilirler. **Enderun Avlusu'nun Enderun Courtyard** olarak doğrudan aktarımla muhafaza edildiği ve düz anlam çevirisi tekniğiyle erek metne aktarıldığı görülmektedir. Erek metinde parantez içinde “courtyard of the Palace School” açıklaması girilerek açılımla yapılmıştır.

4) Kaynak metinde yer alan “oda taşı ocak” ifadesi nin anlamı açık değildir. “oda” sözcüğü “odada” yapılarak anlamlı hale getirilebilir. Yazım hatası olduğunu düşündürmektedir. Ödünç **Niş** sözcüğü erek metinde **niche** olarak ifade bulmuştur. Bu bölümde özgün noktalara işaret eden açıklamaların erek metinde uzatıldığı görülmektedir.

5) **Fil gözleri** öbeği özel alan terimi olarak her iki metinde de cümle içerisinde yerini almıştır. Anlamı açık değildir.

6) **Ceyb-ı Humâyûn** ve **Hazine-ı Hassa** erek dile doğrudan aktarılarak biçimsellikleri korunmuş; anlamı açıklaştırmak için ifadenin erek kültürde karşılığı olan **Privy Purse** ifadesi parantez içi açıklama olarak metne eklenmiştir. **Humâyûn** sözcüğü yazımında tutarsızlıkların sık görüldüğü kelimelerden sayılabilir.

7) **Zülüflü Baltacılar** ifadesinde yer alan “**zülüflü**” sözcüğü bir kültüre özgü unsur olarak ilk kez tırnak içinde bire bir ödünçleme yoluyla verilmiştir. **Baltacılar** sözcüğü ise genelleme yapılarak **guards** sözcüğüyle erek metinde karşılanmıştır. Kültürel aktarımın gerçekleştiğinden söz edemeyiz. Kaynak metinde verilen bilgi, erek metinde ikinci bir cümle açılarak verilmiştir. **Kuşçubaşı** ifadesi tırnak içinde verilmiş ve parantez içinde “chief bird keeper” ifadesiyle düz anlam çevirisi yapılmıştır. **İkinci** sözcüğü erek metne tırnak içinde doğrudan aktarılmış ve parantez içinde anlamı olan **second** yazılmıştır. Bu metinde kültüre özgü unsuru tırnak içinde doğrudan aktarıp, parantez içinde birebir anlamını vermek, daha önce görülen tekniklerden farklı bir uygulama olarak değerlendirilebilir. Çeviri yaklaşımındaki tutarsızlık dikkat çekmektedir.

9) Kaynak metindeki **eşyalar** ifadesi **tools** and **object** olarak iki kelimeyle karşılanmıştır.

Genel olarak kaynak metinde başlı başına anlatım ve tümce kurgu sorunu olduğu ve diliçi çevirisinin yapılmadan İngilizcesi’nin oluşturulmaya çalışılmasıyla baştan sona sorunlu bir erek metin olduğu gözlemlenmektedir. Çeviri eğitimi almadan sırf dil karşılığıyla bu tür görevleri üstlenenlerin kaliteli bir erek metin oluşturmalarının mümkün olduğu söylenemez.

17. KARAAĞALAR TAŞLIĞI

1)Karaağalar ya da **Harem Ağaları** İmparatorluğun Orta Afrika kesiminden genellikle **Habeş** kökenlilerden seçilirdi. 2)**Hadımlar** arasından seçilen Karaağalara Saray'ın ve Harem'in kuralları öğretilir, sıkı bir disiplinle eğitilirlerdi. 3)Başlıca görevleri Harem'in kapılarında nöbet tutmak giriş, çıkışları kontrol etmek, arabalara refakat etmek ve dışarıdan içeriye kimseyi almamaktı. 4)Karaağaların başında bulunan **Kızlar Ağası (Darü's-saade Ağası)** Harem'in en üst düzey sorumlusuydu. 5)Protokoldeki yeri **sadrizam** ve **şeyhülislamdan** sonra gelirdi. 6)**Haremeyn** vakıflarıyla birlikte **selâtin** vakıflarına da nezaret eden Darü's-saade Ağaları, yüksek gelirleri sayesinde, İstanbul içinde ve dışında cami, okul, **sebil** gibi hayratlar yaptırmışlardır. 7)Padişahlara ve ailesine yakın olmaları nedeniyle **Saray** ve özellikle 17. ve 18. yüzyıllarda devlet yönetiminde etkili olmuşlardır. 8)Harem'in ilk taşlığı olan Karaağalar Taşlığı ve çevresindeki yapılar 16. yüzyıl ortalarında Harem'in kurumlaşması sırasında inşa edilmiştir. 9)Harem Ağalarının yaşadığı bu mekânlar 1665 Harem yangınından sonra yenilenmiştir. 10)Solda revaklar

THE COURT OF BLACK EUNUCHS

1)The palace's back eunuchs were generally selected from the Central African wing of the Ottoman Empire, and were largely of **Abyssinian (aka Ethiopian)** origin. 2/3)Before hand, they would have been trained with strictest of discipline in the rules of the palace and the harem, monitoring whoever enters and exists, escorting coaches, and surveying the premises to prevent anyone who was unauthorized from getting in.4) **The Chief Black Eunuch (Dârü's-saâde ağası)** was at the head of command. 5)His rank withing the palace's protocol came immediately after that of the **grand vizier** and **sheikh al-Islami**. 6)They would have been responsible for supervising the entire harem as well as for the **Selimite foundations**. 6)Moreover, given that they earned relatively high incomes, they consequently donated part of that money to various charitable causes both within and beyond Istanbul, such as the building of mosques, schools, **fountains**. 7)Likewise, their intimate relationship with the sultan and his family meant that they were influential in the management of the palace, and in the 17th and 18th centuries in particular, the Ottoman Empire. 8)The first stone pathway was

arkasında aynı zamanda bir eğitim yeri olan **Karaağalar koğuşu, Darü's-saade Ağası Dairesi ve Şehzadeler Mektebi**, sağda **musahipler** dairesi ve nöbet yeri bulunur. **11)**Koğuş cephesindeki kitabeler Sultan IV. Mustafa, Sultan II. Mahmud ve Sultan Abdülmecid'in harem ağaları için tahsis edilen gelirleri gösteren **vakfiyelerini** içerir.

laid in the mid-16th century together with the construction of the surrounding buildings, following the institutionalization of the Harem. **9)**The quarters where the eunuchs resided were later rebuilt following the fire of 1665. **10)**To the left, immediately behind the porticoes, lied **the Dormitory of the Black Eunuchs**, which is also where the Eunuchs stood guard. **11)**The inscriptions above the dormitory are **endowments** indicating the salaries that Sultan Mustafa V, Sultan Mahmud II, and Sultan Abdülmecid had allocated to the eunuchs.

Harem içerisinde bulunan bir dış mekan panosunda yer almaktadır. Tabelanın orijinal hali Ek C'de verilmiştir. Metinde geçen **Karaağalar** sözcüğü erek dilde tamlamaya dönüştürülmüştür. **Kara** sözcüğü, renk ismi olan **black** sözcüğüyle düz anlam çevirisi yapılarak çevrilmiştir. **Ağa** sözcüğü ise kültürel anlamın açıklanmasına hizmet etmek amacıyla hadım edilmiş kişi anlamında **eunuchs** sözcüğüyle çevrilmiş; karaağaların hadımlar arasından seçildiği bilgisi erek metinden çıkartılmıştır.

1) Erek metinde geçen **black** sözcüğünün “l” harfi unutulmuştur. **Habeş** ifadesi **Abyssinian** kültürel karşılığı verilip parantez içinde “Ethiopian” yazılarak anlam açıklanmıştır. **Karaağalar** ya da **Harem Ağaları** ifadeleri erek metinden çıkartılmış ve yerlerine **black eunuchs** söz öbeği konulmuştur.

2/3) Kaynak metnin ikinci ve üçüncü cümleleri erek metinde tek bir cümle olarak kurgulanmış ve okumanın akıcılığı olumsuz yönde etkilenmiştir. Metin zor okunmaktadır.

4) **Kızlar Ağası** ifadesi, erek dile **The Chief Black Eunuch** olarak aktarılmıştır. Her iki metinde parantez içi açıklama dikkat çekmektedir. **Kızlar Ağası** ifadesi erek metinden çıkartılmıştır. Anlam çevirisi yoluna gidilmiştir.

5) **Şeyhülislam** ifadesi sesletimle birlikte **sheikh al-Islami** olarak doğrudan erek dile aktarılmıştır.

6) **Haremeyn Vakfı** ifadesi erek metinden çıkartılmış ve **entire harem** ifadesi kullanılmıştır. Anlamda kaymaya neden olduğu söylenebilir. Karaağalar, “bütün Haremden ve Selimiye Vakfından sorumluymuş” izlenimi yaratmakta ve Harem Vakfı adlı bir kurumun varlığı metinden silinmektedir. **Selatin** sözcüğü erek metne **Selimate** olarak aktarılmıştır. **Selatin** sözcüğü Osmanlı İmparatorluğu döneminde sultanların yaptırdıkları camilere verilen addır. Erek metinde geçen **selimate** sözcüğü ise “selimiye” ile ilgi bir kavramdır. Kaynak metinde kullanılan sözcüğün karşılığı değildir. **Sebil** sözcüğü erek metinde **fountain** sözcüğü ile yerini almasıyla yerlileştirme yapılmış ve kültürel aktarım gerçekleşmemiştir. Sözlük anlamı açıklanmış olmakla birlikte sözcüğün anlamda kayba uğradığından söz edilebilir.

7) Kolay anlaşılan ve akıcı bir metin olarak kabul edilebilecek kaynak metnin, çeviri sürecinde bozuk çeviri nedeniyle karışık bir cümleye dönüştüğü söylenebilir. Kaynak metindeki **Saray** sözcüğü erek metinden çıkartılmıştır. Erek metindeki **Likewise** ifadesi gereksiz gözükmemektedir. Bir önceki cümlede anlatılanlarla bu cümlenin fikri arasında bir benzerlik gözükmemektedir. Erek cümlenin sözcük dizilimi yanlıştır. Cümle sonundaki “the Ottoman Empire” cümle içinde bulunduğu yere ait değildir.

8) Kaynak metinde geçen “haremin ilk taşlığı” ifadesi yadırgatıcı değildir. Çünkü okur metnin başında bu sözcükle karşılaşmıştır. Ancak erek metinde **court** olarak çevrilen **taşlık** sözcüğü bu cümlede “stone pathway” olarak çevrilmiştir. Bu durum okuyucuda yabancılaşmaya neden olmaktadır. **Taşlık** hakkında bilgi alırken neden birden sarayın ilk taş kaplamalarından bahsedilmeye başlandığı sorusunu akla getirmektedir. Metinden kopmaya neden olmaktadır. Metne bütün olarak bakılmamasından kaynaklanan bir hata olarak değerlendirilebilir.

10) Kaynak metinde yer alan “aynı zamanda bir eğitim yeri” olan **koğuş** ifadesi erek metinden çıkartılmış ve sözcük öbeği anlam daralması yaşayarak “kalınan yer”, “yurt” anlamına gelen **dormitory** sözcüğü kullanılarak çevrilmiştir. **Koğuş** sözcüğünün bazı metinlerde **court** bazılarında **dormitory** olarak çevrilmesi çeviride tutarsızlığa örnek gösterilebilir. **Darü’s-saade Ağası Dairesi** ve **Şehzadeler Mektebi, musahipler dairesi** ve **nöbet yeri** ifadeleri erek metinden tamamen çıkartılmıştır. Yanlış çeviri nedeniyle **karaağalar koğuşu** ile nöbet tuttukları yerin aynı olduğu yanlışlığı oluşmaktadır.

11) Erek metindeki **above** ifadesi kitabelerin koğuşun üzerinde bir yerlerde olduğu izlenimi vermektedir. Bu sözcük yerine duvarın üzerinde anlamını verecek “on” sözcüğünün kullanılması gerekmektedir. **Kitabeler** düz anlam çevirisi yapılarak **inscription** olarak çevrilmiştir. Sultan isimleri erek metinde doğrudan muhafaza edilmiştir. **Vakfiye** sözcüğü **endowments** karşılığıyla yerleştirilmiştir.

18. CARIYELER KORİDORU

1) Saray Mutfaklarında hazırlanan yemek tablaları **Harem Ağaları** tarafından **Cariye** ve **Kadınefendiler Taşlığı**’na bağlanan bu koridordaki tezgâhlara yerleştirilir, cariyeler de yemekleri **Harem**’e dağıtırdı.

TOWER OF JUSTICE

1) The Corridor of the Concubines was tied to the Courtyard of Concubines and **Favorite Wives of the Sultan** via the **eunuchs of the harem**. 2) It was here, along its long countertop that the kitchen would line up its meals, **only** to be distributed throughout the harem by **the servant concubines**.

1) Tek cümlelik metnin çevirisinde hata bulunmaktadır. Kaynak metinde verilen bilgi: “Mutfakta hazırlanan yemekler bu koridorda bulunan tezgaha konurdu. Koridor, Cariye ve Kadınefendiler Taşlığına açılırdı. Yemek dağıtımını Harem Ağaları yapardı.” olmasına rağmen erek metinden çıkan anlam; koridorun, harem ağaları tarafından Cariye ve Kadınefendiler taşlığına bağlandığı yönündedir.

2) Erek metnin ikinci cümlesine **only** sözcüğünün eklenmesiyle yiyeceklerin “sadece” cariyeler tarafından dağıtılabildiği ek bilgisi verilmiştir. Kaynak metinde verilen bilgiye ek bir bilgidir. Bu metinde **cariyeler** sözcüğü, erek metne **the servant concubines** tamlamasıyla aktarılmıştır. **Cariyeler** sözcüğünün hizmet türü ifade etmek için önüne **hizmetli (servants)** ifadesinin eklenmesi dikkat çekmektedir. Bu ifadenin kullanımında tutarsızlıklar göze çarpmaktadır.

19. HAREM MESCİDİ

1)Altın Yol koridorundaki Mescit valide sultan, sultan kızları, başkadınefendi ve üst düzey harem kadınlarının ibadeti için 17. yüzyılda yapılmıştır. 2)Barok süslemeli kapısının kanatları klasik üslupta ve sedef-bağa kakmalıdır. 3)Enderun Avlusu'ndaki Ağalar Camii'ne bitişik olan Mescid'in, aynı aksta yer alan barok mihrâbında kafes pencere bulunmaktadır. 4)Mescid'in duvarları 18. Yüzyıl ortalarında, Sultan III. Osman Döneminde Tekfur Sarayı çinileri ile kaplanmıştır.

HAREM MOSQUE

1)The chapel mosque on the Golden Road corridor was built in the seventeenth century as a prayer hall for the sultan's mother, daughters, and first consort, as well as the senior women of the harem. 2)The wings of its portal, which is ornamented in the baroque style, are inlaid with mother-of-pearl and tortoise shell in the classical fashion. 3) It is adjacent to the Mosque of the Aghas in the Inner (Third) Courtyard, and its baroque prayer niche (mihrab) has a lattice window. 4) Its walls were revetted with tiles made at the Blachernae Palace (Tekfur Sarayı) during the reign of Sultan Osman III, in the mid-eighteenth century.

Metin, Harem bölümünden iç avluya çıkışta yer almaktadır.

1) Altın Yol sözcük öbeği, erek metne birebir anlam çevirisi yapılarak yerleştirilmiştir. Mescid sözcüğü, metnin başlığında mosque sözcüğüyle karşılanmış; metinde ise chapel mosque tamlamasıyla kültürel aktarıma hizmet edecek yönde erek kültüre uygun bir ifadeyle aktarılmıştır. Chapel kelimesi, erek okurun kültürel tanışıklık yaşamasına, mekanla kendisini özdeşleştirmesine yardımcı olan bir uygulama olarak değerlendirilebilir. Valide sultan, sultan kızları ifadeleri düz anlam çevirisi yapılarak erek metne aktarılırken; başkadınefendi sözcüğü first consort sözcüğüyle erek metinde yerini bulmuştur. Sözcüğün “ilk eş” anlamında kullanılması muhtemel olmakla birlikte başkadınefendi sözcüğünün anlamını açıklaştıran bir ifade olarak değerlendirilemez.

2) Sedef bağa ifadesi mother-of-pearl ve tortoise shell söz öbekleriyle anlam çevirisi yoluyla erek dile aktarılmıştır. Bu yönüyle kültürel aktarımdan söz edilebilir. Mihrâb

sözcüğü **prayer niche** olarak erek dile çevrilmiş ve parantez içine **Mihrâb** açıklaması eklenmiştir. Yerileştirme yapıldığı söylenebilir.

3) **Tekfur Sarayı, Blachernae Palace** ifadesiyle erek kültüre tanıdıklaştırılmak istenmiş; parantez içinde **Tekfur Sarayı** ifadesi ek bilgi olarak verilmiştir. **Blachernae Sarayı**, sarayın Bizans İmparatorluğu döneminde bilinen adıdır. Alan bilgisi olarak değerlendirilebilir. Bu yönüyle metinde kültürel aktarımın gerçekleştiğinden söz edemeyiz. **Çini** sözcüğü, **tile** sözcüğüyle karşılanmış ve genel ifade kullanımı tercih edilmiştir.

20. KUYU

WELL

1) **Hırka-i Saadet Dairesi'nin** temizliğinden sonra odadan çıkan tozların döküldüğü kuyu (noktayok)

1) After the **Sacred Trusts (Hırka-i Saadet Dairesi)** were cleaned, dust ollected from it by the cleaners was placed here.

Üçüncü avluda, Kutsal Emanetler bölümüne girerken bahçede göze çarpan metin işlevsel olmayan bir metin olarak değerlendirilebilir.

1) Tek cümlelik metnin sonunda “nokta” işaretinin konmadığı görülmektedir. **Hırka-i Saadet Dairesi** sözcük öbeği erek metne **Sacred Trusts** ifadesiyle yerileştirilmiştir. Parantez içi açıklamada kaynak metindeki ifade doğrudan aktarılmıştır. Erek metindeki bilgi akışı devrik yapı içermektedir. Anlam kaymasına neden olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada İstanbul Topkapı Sarayı Müzesi'nde bulunan tanıtım ve bilgilendirme amaçlı turizm metinleri ve bu metinlerin erek dil olan İngilizce'ye yapılan çevirileri incelenmiştir. Araştırmanın ilk aşamasında ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri kapsamında turizm kavramı, turizm metinlerinin konumu, önemi ve işlevleri irdelenmiştir. Turizm metinlerinin işlevlerini tespit etmek amacıyla öncelikle turizm dili konusu ele alınmış ve metin sınıflandırmasında turizm metinlerinin yeri ve işlevi sorgulanarak incelemeye alınan metinlerin işlevi Katherina Reiss'in metin tipolojisine göre belirlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra turizm metinlerinde rastlanan kültüre özgü unsurların erek dile aktarımının kültürel çeviri için önemi vurgulanmış ve kültürel aktarım kapsamında kültüre özgü unsurların çevirisinde başvurulan çeviri stratejileri incelenmiştir. Araştırmada Venuti'nin 'Yerlileştirme' ve 'Yabancılaştırma' makro stratejileri, Newmark'ın kültüre özgü sözcükler sınıflandırması ve Davies'in kültüre özgü unsurların çevirisinde işaret ettiği mikro stratejiler esas alınmıştır. Kuramsal çerçeveye ayrılan ikinci bölümde, turizm çevirisinin toplumsal işbirliği gerektiren amaçlı bir eylem olması ve medeniyetleri buluşturan kültürel bir köprü vazifesi görmesi nedeniyle Çeviri Eylemi kuramı ve Kültürel Semboller kuramından yararlanılmıştır. Üçüncü bölümde Topkapı Sarayı Müzesinin turizm için önemi ve kültürel varlık olarak öneminin açıklanmasından sonra metindışı ve metiniçi özellikler saptanarak metinlerin üreticisi, içeriği, işlevi, biçimi hakkında genel bir değerlendirme yapılmıştır. Topkapı Sarayı Müzesi turizm çevirileri incelemesinde sarayın farklı kısımlarında konumlandırılmış, çeşitli konularda ve uzunluklarda yirmi adet metne yer verilmiştir. Her metin hakkında öncelikle seçili metne dair genel tespitler paylaşılmış ve daha sonra metinler cümle cümle gözden geçirilerek Topkapı Sarayı Müzesi örneğinde turizm çevirilerinin kültürel aktarım kriterlerinde değerlendirmesi yapılmıştır. Kültürler arası benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koyan; farklı bir kültürel sahnede en fazla etkiyi yapacak bilgileri metne dahil eden ya da söz konusu bilgileri öne çıkaran; metnin işlevleri doğrultusunda dili etkili biçimde kullanan; ilgiyi her daim yüksek tutmak suretiyle erek okur ile ilişkisini kesintisiz sürdüren ve okunduğunda her kesimden okurda güçlü duygular uyandırıp seyahate özendiren turizm çevirisi işlevsel çeviri olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda metin

incelemesi kısmında metinlerin türü, amacı, iletişim unsuru, işleve uygun dil kullanımı, erek kültürde niyet edilen anlamın açıklanması ve kültüre özgü unsurların çevirisinde amacı muhafaza eden çeviri kararları çerçevesinde tespitlere yer verilmiştir. Cümle düzeyinde yapılan incelemede metinde geçen kültüre özgü unsurların çevirisinde uygulanan yöntem ve stratejiler incelenmiştir. Kuramsal çerçeve ve inceleme bölümlerinin ışığında elde edilen bulguları özetle şu şekilde sıralanabilir.

1. Turizm metinleri içerik odaklı bilgilendirici metin türü kapsamına girmektedir. Ancak, metin türlerinin kesin çizgilerle ayıramayacağı ve melez metinlerin de olabileceği, başka bir deyişle bir metnin aynı anda hem bilgilendirici ve içerik odaklı hem de işlemsel ve çağrı odaklı olabileceği kabul edilen somut bir gerçektir. Topkapı Sarayı Müzesi turizm metinleri bilgi verme amacı güden içerik odaklı göstergesel metinlerdir. İletinin amacı ve iletişim unsuru aktarılan bilgidir. Metinlerden nesnel bilgi verme işlevini yerine getirmesi ve yalın bir dil kullanması beklenir. Ancak karmaşık dilsel yapıların tercih edildiği bu metinlerde, metin uzunluğunun ve bilgi yoğunluğunun dengeli olmadığı görülmektedir. Ziyaretçilerin hem müzeye hem de sergilenen eserlere ilgisini canlı tutarak müzeyi ziyaretçiler için daha bilgilendirici kılmak amacıyla bu tür metinlerin kısaltılıp sunum açısından hantallıktan kurtarılmaları gerekmektedir. Bu noktada metin türünün ve işlevinin önceden belirlenmesiyle çevirmenin çeviri sürecinde karşılaşması muhtemel sorunlara karşı çözüm getireceği söylenebilir. Ek olarak, kaynak metinde gerekli görüldüğü durumlarda dil içi çeviri yapılmasının da işlevini yerine getiren kaliteli turizm metinleri için ön koşul olduğu söylenebilir.
2. İşlev, metinler arası eşdeğerlik düzeylerinde hiyerarşi belirlemede kararlar aldırıcı bir unsur olarak değerlendirilebilir. İçerik odaklı turizm metinlerinin kaynak metnin bütün göndergesel veya kavramsal içeriğini taşıması ve çevirinin içeriğinin kaynak metinle uyumlu olması beklenir. Topkapı'da bulunan kaynak ve erek metinlerde öne çıkan bilgiler ve çağrışımsal anlamlar arasındaki tutarsızlıklar dikkat çekmektedir. Ayrıca kaynak metinde olmadığı halde özel alan bilgisi gerektiren bazı bilgilerin erek metne eklenmesi, çevirmenin daha fazla bilgi vermek adına kendi kişisel dünya bilgisinden yararlandığını göstermektedir. Ancak kaynak metinde olmayan ve uzmanlık gerektiren bu bilgilerin erek metne

eklenmesi metinlerde aktarılan bilginin doğruluğu ve nesnelliği konusunda okurda şüphe duygusu uyandırmaktadır.

3. Ne kaynak metinde ne de erek metinde, mesaj ile erek okur arasındaki ilişkiyi öne çıkaran, ziyaretçide olumlu anlamda güçlü duyguların uyanmasına neden olan; hayranlık ve merak uyandıran çağrı işlevinin dikkate alınmadığı söylenebilir. Metinlerde kuru bir dilin kullanıldığı düz iletişim tarzı dikkat çekmektedir. Kişisel görüşlere, yorumlara, tarihsel bilgilere yer vermeden, coğrafyalar arası bağlantı kurmadan doğrudan bina ve eserlerin tarihsel geçmişine ve coğrafi özelliklerine değinen metinlerde anlatılmak istenenlerin bir bağlama yerleşmesi son derece güç olmakta ve okuru olumsuz yönde etkilemektedir.
4. Metinler bütün olarak incelendiğinde uzun ve karmaşık cümleler, unutulmuş imla işaretleri, gramer hataları, anlam kaymasına neden olan bozuk cümleler, doğal olmayan ifadeler ve terimce kullanımında görülen tutarsızlıklar dikkat çekmektedir. Sözcük ve tümce düzeyinde sorunlar, çevirilerin kalitesini ve anlaşılabilirliğini etkilediği oranda harcanan emeğin ve verilen hizmetin profesyonellikten uzak görünmesine neden olmaktadır.
5. Tarihsel dönem ya da teşkilatların işleyiş bilgisini içeren metinlerin daha ziyade iç mekanlara yerleştirildiği görülmektedir. Vitrinlerin sergilendiği iç mekanlar, turizmin yoğun olduğu dönemlerde izdihamın yaşandığı, ışık almayan küçük alanlardır. Aynı şekilde Topkapı Sarayı ve Osmanlı İmparatorluğu hakkında genel bilgilerin verildiği panoların güvenlik kontrolünün yapıldığı, sarayın en kalabalık noktalarına yerleştirilmesi turizm metinleri için harcanan emeğin boşa gitmesi anlamına gelmektedir. Metinlerin çoğu okunmadan geçilmektedir. Bu noktada kültürel aktarım açısından kilit rol üstlenen bu tür genel bilgi içeren metinlerin, ziyaretçilerin izdiham yaşamadan rahatlıkla okuyabilecekleri noktalarda konumlandırılması çözüm olarak değerlendirilebilir.
6. Yabancılaştırma kaynak kültürün özgünlüğünün ve farklılığının erek metinde yansıtılması için faydalanılan makro çeviri stratejisi olarak öne çıkmaktadır. Okurun farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmaları istendiğinde kullanılabilir. ‘Yabancılaştırma’ yaklaşımında çeviri kaynak dil odaklıdır ve kültürler arası mesafe korunmaktadır. Ancak bu strateji her türden okura hitap etmeyebileceği gibi okur ile metin arasındaki iletişimi sekteye uğratma ihtimalini

barındırmaktadır. Erek dil odaklı ‘yerlileştirme’ stratejisi ise erek dil normlarına uygun kültürel ve işlevsel eşdeğerinin bulunması yoluyla turistin ilgisini canlı tutar. Ağırlıklı olarak hangi stratejinin benimseneceği çevirinin bütünselliğine yansıyan kurumsal bir karar olarak değerlendirilebilir. Topkapı Sarayı metinlerinin çevirisinde makro strateji olarak ‘yabancılaştırma’ yönteminin ağır bastığı; ancak mikro stratejilerinde sıklıkla ‘yerlileştirme’ yapıldığı dikkat çekmektedir. Metinler bütününde tutarlılık olduğu söylenemez. Bu durum çeviri kararlarının bir üst amaç çerçevesinde verilmediğini akla getirmekte ve okurun algısında karışıklık yaratmaktadır.

7. İncelenen yirmi metinde yoğun biçimde kültüre özgü unsur tespit edilmiştir. Metinlerde Newmark’ın kültüre özgü sözcükler listesinde yer alan bütün unsurlara rastlanmıştır. Birçok örnekte sözcüklerin biçimlerinin muhafaza edilerek erek dile birebir aktarıldığı ya da Türkçe sesletim yoluyla erek dile ödünç verildikleri görülmektedir. Öte yandan çevirmenin sık sık kültüre özgü sözcüklerin erek dildeki kullanımlarını göz önüne alarak, kültürel sözcükleri erek kültüre uygun ifadelerle kültürel aktarıma hizmet edecek yönde erek metne yerleştirerek ‘Yerlileştirme’ yaptığı söylenebilir. ‘Genel ifadeler kullanma’, ‘Metne bilgi ekleme’ ve az da olsa ‘Çıkarma’ örneklerine rastlanmıştır. Bazı metinlerde düz anlam çevirisi dikkat çekmektedir. Özel isimler ve benzer öğeler erek metinde daha önceden terimleşmiş ve yaygın kullanım kazanan ifadeler aracılığıyla aktarılmıştır. Bu noktada kültürel aktarımın gerçekleştiği söylenebilir. Birçok metinde mikro stratejilerde kültürel karşılığını vermek suretiyle yapılan ‘yerlileştirme’ nin yanında, erek okuru sürekli belli bir mesafede tutan ‘birebir aktarım’ yönteminin bu kadar çok kullanılması ve anlamı açıklamak adına ‘Ekleme’ stratejisine çok az başvurulması dikkat çekicidir. Yeri ve zamanı geldiğinde okura hissettirmeden usulünce, parantez içi, dipnot yoluyla verilen ek bilgiler ya da cümle içinde yapılan anlam açıklamaları turizm çevirilerinde başvuru olan etkili stratejiler olarak düşünülebilir. Metin örneklerinde rastlanan uygulama tutarsızlıkları okuyucuyu yormakta ve bağlamdan kopmasına neden olmaktadır. Bu noktada bir bütün olarak metinlerin işlevsellik açısından potansiyellerini gerçekleştiremedikleri söylenebilir. Müzede bulunan metinlerin niceliği; konularının çeşitliliği ve kültüre

özgü unsurların çokluğu nedeniyle bütünselliği tesis etmede dikkatli bir planlamanın çok önemli olduğu söylenebilir.

8. Metinlerin kimin tarafından yazıldığı belli değildir. Metinlerin yazım özellikleri, kullanılan bilimsel/terimsel yoğun dil, alan bilgisi olan uzman kişiler tarafından yazıldığı ihtimalini öne çıkarmaktadır. Müze tarafından verilen bilgiye istinaden çevirmenin anadili İngilizce olan birisi olduğu düşünülmektedir. Kültürel hassasiyeti ve kaynak kültür hakkında bilgisi olan çevirmenin uzman bir çevirmen olmadığı düşünülmektedir. Topkapı Sarayı Müzesi örneğinde çeviri eyleminde bütün sorumluluğun çeviriyi yapan kişiye bırakıldığı; metin yazarlarının, teknik alan danışmanlarının, uzman çevirmenlerin, iletişim uzmanlarının eylem paydaşı olarak sürecin dışında tutuldukları görülmektedir. Kültür mirasımızı yaşatan kültür varlıklarımızın korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesinin önündeki büyük engel, işverenin çeviriyi hafife alan yaklaşımı olarak değerlendirilebilir. İşlevsel turizm metinlerinin önündeki engelin kalkması, işverenlerin turizm çevirisinin dili özel şekillerde kullanan özel çeviri kapsamında değerlendirildiği, kültürel aktarıma hizmet ettiği ve uzmanlık gerektiren ve toplumsal işbirliği içeren bir süreç olduğu konusunda farkındalık kazanmasına bağlıdır. Bu amaçla üniversitelerin çeviri bölümü öğrencilerinin de süreçte yer alması sağlanarak, müzelerle işbirliği içinde turizm çevirisi konulu pilot çalışmalar yapılabilir. Üniversitelerde görev alan akademisyenlerden ve uzman çevirmenlerden meydana gelen bir komite aracılığıyla müze tanıtım metinlerinin üretilme aşamasında danışmanlık hizmeti alınabilir.

KAYNAKÇA

- Arı, S., (2016), “Çeviri ve Kültürel Semboller,” Değişim Yayınları, İstanbul.
- Agorni, M., (2016), “*Tourism Across Languages and Cultures: Accessibility Through Translation*,” Cultus Journal, 9, 2, 13–27.
- Aixela, J.F., (1996), “*Culture Specific Items in Translation*,” In R. Álvarez and M.C.A. Vidal (Eds.), *Translation, Power, Subversion*, Clevedon & Philadelphia: Multilingual Matters, 52-78.
- Akat, Ö., (2008), “*Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*,” Ekin Yayın, İstanbul.
- Alizadeh, A., (2011), “*Bridging Cultures: Tourism and The Art of Translation*,” 2011 International Conference on Social Science and Humanity IPEDR (Vol.5), Singapore: IACSIT Press.
- Altınörs, A., (2015), “*Platon’dan Chomsky’e Dil Felsefesi Tartışmaları*,” İstanbul: Bilge Kültür Sanat Yayınları.
- Baker, M., (1992), “*In Other Words: A Coursebook on Translation*,” London & New York: Routledge.
- Bassnett, S., (2002), “*Translation Studies*,” 3rd Ed., London: Routledge.
- Bhatia, A.K., (2002), “*Tourism Development: Principles, Practices*,” New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd.
- Bilgin, N., (2007), “*Kimlik İnşası*,” Aşina, Ankara.
- Bilgin, N., (2013), “*Tarih ve Kolektif Bellek*,” Bağlam, İstanbul.
- Bircan, U., (2015), “*Saussure’de Dil, Dilbilim ve Göstergebilim*,” SBARD Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 13, 25, 43-66.
- Casson, L., (1994), “*Travel in Ancient World*,” Baltimore, Maryland: The John Hopkins University Press.
- Chen, C.L., Liao, M.H., (2017), “*National Identity, International Visitors: Narration and Translation of the Taipei 228 Memorial Museum*,” Museum and Society, 15, 1, 56-58.
- Chomsky, N., (2009), “*Bilgi Sorunları ve Mangua Dersleri*,” (V. Kılıç, Çev.), İstanbul, Bgst Yayınları.
- Chomsky, N., (2011), “*Dil ve Zihin*,” (3rd ed.) (A. Kocaman, Çev.) Bilgesu Yayınları, Ankara.
- Dann, G., (1996), “*The Language of Tourism: A Sociolinguistic Perspective*,” Wallingford: CAB International.
- Danyte, M., (2006), “*Lithuanian Translations of Canadian Literature: The Translation of Cultural Realia*,” Darbai ir Dienos, 45, 195-213.
- Davies, E.E., (2003), “*A Goblin or a Dirty Nose? The Treatment of Culture-Specific References in Translations of the Harry Potter Book*,” The Translator, 9, 1, 65-100.
- De Pedro, R., (1999), “*The Translatability of Texts: A Historical Overview*,” Meta, 44, 4, 546-559.
- Delisle, J., Woodsworth, J. (Eds.), (1995), “*Translators Through History*,” Amsterdam: John Benjamins Publishing.
- Demircioğlu, C., (2016), “*Çeviribilimde Tarih ve Tarih Yazımı*,” Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi, İstanbul.
- Dimitriu, R., (2004), “*Omission in Translation*,” Perspectives: Studies in Translation Theory and Practice, 12, 3, 163-175.

- Doğan, R., (2014), "Lexical and Semantic Difficulties in the Translation of Tourism Brochures," Master's Thesis, Atılım University, Institute of Social Sciences, Department of Translation and Interpretation, Translation Studies, Ankara, Türkiye.
- Duran Munoz, I., (2011), "*Tourist Translations as a Mediation Tool: Misunderstandings and Difficulties*," *Cadernos de Tradução*, 1, 27, 29-49.
- Durgun, A., (2006), "*Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği*," *Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, Türkiye.
- Dursun, A.H., (2010), "*Tarih, Mekan ve Kültür: İstanbul*" In A. E. Bilgili (Ed.), *Şehir ve Kültür: İstanbul*, İstanbul Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü Yayınları, Ebru Matbaacılık, İstanbul, 103-182.
- Eruz, S., Demez, N., Şan, F., Alp, E., Camcı, M., Ergil, B., (2009), "Çeviribilim: Bir Giriş," S. Eruz (Ed.), *Çeviribilim Dergisi*, http://ceviribilim.com/?page_id=1496, 21/03/2020.
- Florin, S., (1993), "*Realia in Translation*," In P. Zlateva (Ed.), *Translation as Social Action: Russian and Bulgarian Perspectives*, London: Routledge, 122–128.
- Franco, A.J., (1996), "*Culture-Specific Items in Translation*," In R. Álvarez and M.C.A. Vidal (Eds.), *Translation, Power, Subversion*, Clevedon & Philadelphia: Multilingual Matters.
- Geertz, C., (1974), "*The Interpretation of Cultures*," New York: Basic Books.
- Göktürk, A., (1994), "Çeviri: Dillerin Dili," Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.
- Goldner, C., Ritchie, B., (2006), "*Tourism, Principles, Practices, Philosophies*," New Jersey: John Wiley & Sons.
- Goodenough, W.H., (1957), "*Cultural Anthropology and Linguistics*," In P.L. Garvin (Ed.), *Report of the Seventh Annual Round Table Meeting on Linguistics and Language Study*, Washington, DC: Georgetown University Press, 167-177.
- Güdü, Ö., (2011), "Turizmin Sosyal ve Kültürel Etkilerinin Turist Rehberleri Tarafından Algılanması - Trabzon'da Bir Uygulama," *Yüksek Lisans Tezi*, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir, Türkiye.
- Gülcan, B., (2010), "*Türkiye'de Kültür Turizminin Ürün Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı*," *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2, 1, 99-120.
- Güngör, E., (2003), "*Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik*," Ötüken Neşriyat, İstanbul, 9.
- Halbwachs, M., (1992), "*On Collective Memory*," L.A. Coser (Ed.&Trans.), Chicago: University of Chicago Press.
- Halliday, M.A.K., (2006), "*On Language and Linguistics*," London: Continuum International Publishing.
- Harrison, D., Sharpley, R., (2017), "*Introduction: Mass Tourism in a Small World*," In D. Harrison, R. Sharpley (Eds.), *Mass Tourism in a Small World*, Wallingford, UK: CABI Publishing, 1-14.
- Hatim B., Munday J., (2004), "*Translation: An Advanced Resource Book*," London & New York: Routledge.
- Jakobson, R., Halle, M., (1956), "*Fundamentals of Language*," 'S-Gravenhage, Netherlands: Mouton & Co.
- Jaleniauskiene, E., Cicelyte, V., (2009), "*The Strategies for Translating Proper Names in Children's Literature*," *Studies About Languages*, 15, 31-42.

- Jones, F., (2009), “*Literary Translation*,” In M. Baker, G. Saldanha (Eds.), Routledge Encyclopedia of Translation Studies, New York: Routledge, 152-157.
- Kaplan, M., (2016), “*Kültür ve Dil*,” Dergah Yayınları, İstanbul.
- Katan, D., (2009), “*Translator Training and Intercultural Competence*,” In S. Cavagnoli, E. Di Giovanni, R. Merlini (Eds.), La Ricerca Nella Comunicazione Interlinguistica: Modelli Teorici e Metodologici, Milano: Franco Angeli, 282-301.
- Katan, D., (2016), “*Translating for Outsider Tourists: Cultural Informers Do It Better David Katan*,” Cultus Journal, 9, 2, 63-91.
- Kılıç, V., (2002), “*Dilin İşlevleri ve İletişim*,” Papatya Yayıncılık, İstanbul.
- Koca, S.K., (2010), “*Genel Hatları ile Kültür ve Sembol İlişkisi*,” SAÜ Fen Edebiyat Dergisi, 2010-II, 87-94.
- Kulu, O., “*Turizmde arz kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve Ege Bölgesi’nde turizm potansiyeli*”, D.E.Ü. S.B.E. Yüksek Lisans Tezi, İzmir 1994 s.39
- Lal, P., (1964), “*Great Sanskrit Plays in Modern Translation*,” New York: New Directions.
- Larson, M.L., (1984), “*Meaning-Based Translation: A Guide to Cross-Language Equivalence*,” Lanham: University Press of America.
- Lefevere, A., (1992), “*Translating Literature: Practice and Theory in a comparative literature context*,” New York: Modern Language Association of America.
- Leppihalme, R., (1997), “*Culture Bumps: An Empirical Approach to the Translation of Allusions*,” Clevedon: Multilingual Matters Ltd.
- Lomine, L., (2005), “*Tourism in Augustan Society*,” In J. K. Walton (Ed.), Histories of Tourism: Representation, Identity and Conflict, UK: Channel View Publications, 69-88.
- Malinowski, B., (1920), “*Classificatory Particles in the Language of Kiriwina*,” Bulletin of the School of Oriental and African Studies, 1, 4, 33-78.
- Meydan Uygur, S., Baykan, E., (2007), “*Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri*,” Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 30-49.
- Mityagina, V.A., (2009), “*Communicative Actions in the Tourist Discourse*,” The Foreign Languages in Higher Education Journal, 4, 88-97.
- Mityagina, V.A., Novikova, E.Yu., Makhortova, T.Yu., Volkova, I.D., (2017), “*Texts of Tourism Branding as Object of Translation*,” Proceedings of the 7th International Scientific and Practical Conference "Current Issues of Linguistics and Didactics: The Interdisciplinary Approach in Humanities" (CILDIAH 2017), Volgograd, Russia, May 10-12 (2017), Atlantis Press, 320-325.
- Munday, J., (2010), “*Introducing Translation Studies*,” (3rd ed.), London/New York: Routledge.
- Munoz-Calvo, M., (2010), “*Translation and Cross-Cultural Communication*,” In M. Munoz-Calvo, M.C. Buesa-Gomez (Eds.), Translation and Cultural Identity: Selected Essays on Translation and Cross-Cultural Communication, London: Cambridge Scholars Publishing, 1-11.
- Napu, N., (2016), “*Translating Tourism Promotional Texts: Translation Quality and Its Relationship to the Commissioning Process*,” Cultus Journal, 9, 2, 47-62.
- Napu, N., (2018), “*Does Commissioning Process Matter? Understanding Translation Quality with a Case of Tourism Promotional Texts*,” Journal of Language and Linguistic Studies, 14, 4, 352-363.

- Neves, J., (2016), "Enriched Descriptive Guides: A Case for Collaborative Meaning - Making in Museums," *Cultus Journal*, 9, 2, 137-153.
- Newmark, P., (1988), "A Textbook of Translation," New York-London: Prentice Hall.
- Newmark, P., (2010), "Translation and Culture," In B. Lewadowska-Tomaszcyk, M. Thelen (Ed.), *Meaning in Translation*, Peter Lang Publishing, 171-182.
- Nida, E.A., (1964), "Toward a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating," Leiden, Netherlands: Brill Archive.
- Nord, C., (1997), "Translating as a Purposeful Activity: Functionalist Approaches Explained," Manchester: St. Jerome Publishing.
- Nord, C., (2006), "Translating for Communicative Purposes Across Culture Boundaries," *Journal of Translation Studies*, 9, 1, 43-60.
- Novozhilova, A., Korolkova, S., Shovgenina, Y., Shovgenin, A., (2018), "Pragmatics of Translating Tourism Discourse Texts," *SHS Web of Conferences*, 50, 01121.
- Page, S.J., (2007), "Tourism Management: Managing for Change," Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Pedersen, J., (2005), "How is Culture Rendered in Subtitles?" *MuTra 2005 – Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*, Saarbrücken, 2-6 May (2005), H. Gerzymisch-Arbogast, S. Nauert (Eds.), MuTra.
- Pedersen, J., (2008), "High Felicity: A Speech Act Approach to Quality Assessment in Subtitling," In D. Chiaro, H. Christine, B. Chiara (Eds.), *Between Text and Image: Updating Research in Screen Translation*, Amsterdam: John Benjamins Pub.
- Pym, A., (1998), "Method in Translation History," Manchester: St. Jerome.
- Reisinger, Y., Turner, L.W. (Eds.), (2003), "Cross-Cultural Behaviour in Tourism: Concepts and Analysis," (2nd ed.), Burlington, MA: Butterworth-Heinemann.
- Reiss, K., (1989), "Text Types, Translation Types and Translation Assessment," In A. Chesterman (Ed.), *Readings in Translation Theory*, Helsinki: Finn Lectura, 105-114.
- Reiss, K., (2000), "Translation Criticism: The Potentials and Limitations: Categories and Criteria for Translation Quality Assessment," (E.F. Rhodes, Trans.), Manchester: St. Jerome Pub.
- Reiss, K., (2004), "Type, Kind and Individuality of Text: Decision Making in Translation," In L. Venuti (Ed.), *The Translation Studies Reader*, Manchester: Routledge, 160–171.
- Reiss, K., Vermeer, H.J., (2013), "Towards a General Theory of Translational Action: Skopos Theory Explained," (C. Nord, Trans.), Manchester: St. Jerome Publishing.
- Resmi Gazete, (1983), "Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu," Kanun No: 2863, Sayı: 18113.
- Riley, P., (2007), "Language, Culture and Identity: An Ethnolinguistic Perspective," London: Continuum.
- Sandrini, P. (Ed.), (1999), *TKE'99 Terminology and Knowledge Engineering: Proceedings of the 5th International Congress on Terminology and Knowledge Engineering*, Vienna: TermNet.
- Saussure, F., (1985), "Genel Dilbilim Dersleri," (B. Vardar, Çev.), Birey ve Toplum Yayınları, Ankara.
- Shackley, M., (2006), "Atlas of Travel and Tourism Development," Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Shils, E., (1971), "Tradition," *Comparative Studies in Society and History*, 13, 2, 122.

- Shuttleworth, M., Cowie, M., (1999), “*Dictionary of Translation Studies*,” Manchester, UK: St. Jerome Publishing.
- Smirnova, T., (2012), “*How to Translate a Dream: Pragmatic Aspects of Promotional Text Translation*,” *Vermuto Studijos*, 5, 90–100.
- Smith, V., Klein-Braley, C., (1997), “*Advertising – A Five-Stage Strategy for Translation*,” In M. Snell-Hornby, Z. Jettmarova, K. Kaindl (Eds.), *Translation as Intercultural Communication: Selected Papers From the EST Congress, Prague 1995*, Amsterdam: John Benjamins, 173-184.
- Snell-Hornby, M., (1999), “*The Ultimate Comfort: Word, Text and the Translation of Tourist Brochures*,” In G. Anderman, M. Rogers (Eds.), *Word, Text, Translation: Liber Amicorum for Peter Newmark*, Clevedon: Multilingual Matters, 95-105.
- Sturge, K., (2009), “*Cultural Translation*,” In M. Baker, G. Saldanha (Eds.), *Routledge Encyclopedia of Translation Studies*, New York: Routledge, 67-70.
- Sujarwanto, I.R. (2014), “*Foreignization and Domestication Ideologies in the Translation of Indonesian Culture-Specific Items of Rambe’s Mirah Dari Banda Into Pollard’s Mirah of Banda*,” M.A. Thesis, Faculty of Languages and Arts, Yogyakarta State University, Indonesia.
- Sulaiman, M.Z., (2016), “*The Misunderstood Concept of Translation in Tourism Promotion*,” *The International Journal of Translation and Interpreting Research*, 8, 1, 53-68.
- Sulaiman, M.Z., Wilson, R., (2019), “*Translation and Tourism: Strategies for Effective Cross-Cultural Promotion*,” Singapore: Springer Verlag, 3-16.
- Sumberg, C., (2004), “*Brand Leadership at Stake: Selling France to British Tourists*,” *The Translator*, 10, 2, 329-353.
- Sungur, S., (2007), “*Küreselleşme Kışkacında Televizyon Yayınları ve Kültürel Kimliklerin Gerilemesi*,” *Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 159.
- Şimşek, F., (2013), “*Kültürbilim Alanında Yaşanan Kültürel Dönüşümlerin Kültür Odaklı Çeviri Kuramlarına Etkisi*,” *Türk, Dil, Edebiyat ve Halkbilimi Araştırmaları Dergisi*, 1, 2, 258-264.
- Taş, S., (2017), “*Kültürel Unsurların Çevirisi ve Çeviri Stratejileri*,” *Humanitas*, 5, 10, 1-14.
- TDK, (2009), “*Türkçe Sözlük*,” 10. Baskı, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- Terestyényi, E., (2011), “*Translating Culture-Specific Items in Tourism Brochures*,” *SKASE Journal of Translation and Interpretation*, 5, 2, 13-22.
- Theobald, W.F., (2005), “*The Meaning, Scope and Measurement of Travel and Tourism*,” In W.F. Theobald (Ed.), *Global Tourism*, Elsevier Butterworth-Heinemann, 5-25.
- Tosun, M., (2004), “*Bireysel ve Bilimsel Olmayan Bir Çeviribilim İsteği: Yeni Paradigmanın Karakteri*,” In B. Blackwell Gülen, İ. Boztaş, A. Şirin Okyayuz (Eds.), *Translation Studies in the New Millennium: An International Journal of Translation and Interpreting*, Bilkent University, School of Applied Languages Department of Translation and Interpretation, Ankara, 2, 211-223.
- Tosun, M., (2013), “*Çeviri Eleştirisi Kuramı*,” *Aylak Adam Kültür Sanat Yayıncılık*, İstanbul.
- Tosun, M., (2017), “*İşlevsel Çeviribilim*,” *Değişim Yayınları*, İstanbul.
- Uçar, T. F., (2004), “*Görsel İletişim ve Grafik Tasarım*,” *İnkılâp Yayınevi*, İstanbul, 24.
- Valdeon, R.A., (2009), “*Translating Informative and Persuasive Texts*,” *Perspectives - Studies in Translation Theory and Practice*, 17, 2, 77–81.

- Venuti, L., (1995), *"The Translator's Invisibility: A History of Translation,"* London-New York: Routledge.
- Venuti, L., (2000), *"The Translation Studies Reader,"* London: Routledge.
- Vermeer, H.J., (2000), *"Skopos and Commission in Translational Action,"* In L. Venuti (Ed.), *The Translation Studies Reader*, London: Routledge, 221-232.
- Vieira, E.R., (1999), *"Liberating Calibans. Readings of Antropofagia and Haroldo de Campos' Poetics of Transcreation,"* In S. Bassnett, H. Trivedi (Eds.), *Post-Colonial Translation: Theory and Practice*, London: Routledge, 95-113.
- WEB_1, (2018), Roma Yolları, Dünya Atlası, <https://www.dunyaatlası.com/roma-yollari/>, 18/04/2020.
- WEB_2, (2019), World Tourism Barometer - Nov 2019, UNWTO World Tourism Organization, <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-2019-nov>, 18/04/2020.
- WEB_3, (2019), Türkiye Geneli Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlığı İstatistiği, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44798/turkiye-geneli-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varlig-.html>, 19/04/2020.
- WEB_4, (2019), İllere Göre Korunması Gerekli Taşınmaz Kültür Varlığı İstatistiği, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü, <https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-44798/turkiye-geneli-korunmasi-gerekli-tasinmaz-kultur-varlig-.html>, 19/04/2020.
- WEB_5, (t.y.), İstanbul'un Tarihi Alanları, Türkiye Kültür Portalı, <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/istanbuluntarihialanlari-1>, 20/04/2020.
- WEB_6, (2020), İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu, İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, <https://istanbul.ktb.gov.tr/Eklenti/71773,subat-2020-turizm-istatistikleri-istanbulpdf.pdf?0>, 20/04/2020.
- WEB_7 (2019), İstanbul'da En Fazla Ziyaretçiyi Topkapı Sarayı Çekti, Tourism Today, <https://www.tourismtoday.net/istanbulda-en-fazla-ziyaretciyi-topkapi-sarayi-cekti-54813h>, 20/04/2020.
- WEB_8, (t.y.), Topkapı Sarayı, Milli Saraylar, <https://www.millisaraylar.gov.tr/saraylar/topkapi-sarayi>, 20/04/2020.
- Wilson, D., Sperber, D., (1986), *"Relevance: Communication and Cognition,"* Oxford: Blackwell's.
- Wilss, W., (1996), *"Knowledge and Skills in Translator Behavior,"* Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Woodward-Smith, E., Eynullaeva, E., (2009), *"A Cross-Cultural Study of the Translation and Adaptation of Advertisements for Beauty Products,"* Perspectives: Studies in Translatology, 17, 2, 121-136.
- Yazıcı, M., (2015), *"Çeviribilimin Temel Kavram ve Kuramları,"* Multilingual, İstanbul.
- Yıldırım, C., (2015), *"Amin Maalouf'un Afrikalı Leo ve Semerkant Romanlarında Kültürel Unsurların Çevirisi Üzerine Bir İnceleme,"* Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8, 39, 221-232.
- Zhang, Y., Lv, Z., Feng, C. (2013), *"The Translation of Culture-Loaded Tourism Texts from Perspective of Relevance Theory,"* Theory and Practice in Language Studies, 3, 1, 77-81.
- Zimina, E.A., (2015), *"Problems of Translating the Texts of the Tourism Internet Discourse,"* Translation in the Changing World: Materials of the International Scientific-Practical Conference, Saransk: Azbukovnik Publishing Center, 200-204.

EKLER

EK A MATBAH-I AMİRE - SARAY MUTFAKLARI KOĞUŞLARI (PALACE KITCHEN STAFF HALLS) TABELASI



EK B ALAY MEYDANI (COURT OF PROCESSIONS)

TABELASI



EK C KARAAĞALAR TAŞLIĞI (THE COURT OF THE BLACK EUNUCHS) TABELASI

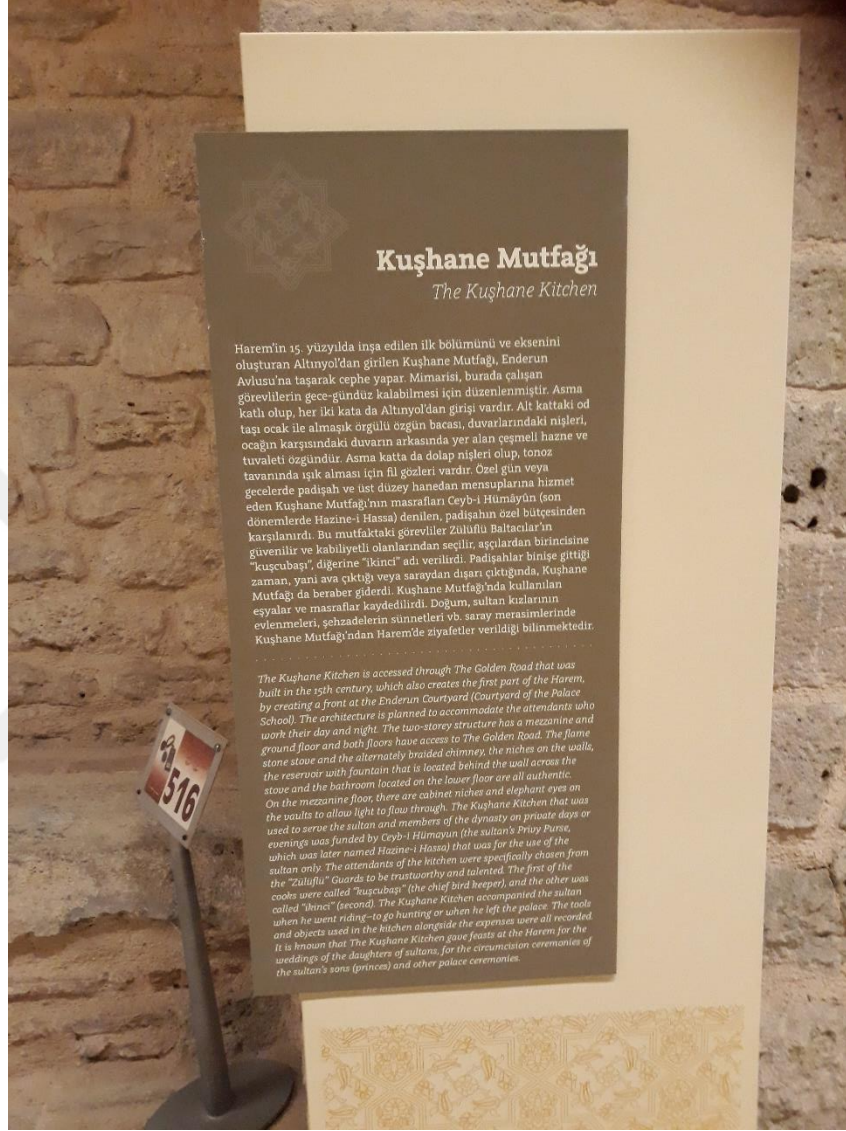


EK D HAREM (HAREM) TABELASI



EK E KUŞHANE MUTFAĞI (THE KUŞHANE KITCHEN)

TABELASI



EK F KÜLTÜRE ÖZGÜ UNSURLAR

Türkçe	İngilizce
Topkapı Sarayı	Topkapı Palace/ the Palace/the palace
Osmanlı Sultanları	Ottoman Sultans
Fatih Sultan Mehmet	Mehmet the Conqueror/Mehmed the Conqueror
Eski Saray	Old Palace
Fatih	Mehmed the Conqueror
Çinili Köşk	Tile Pavillion
Boğaz	Bosphorus/Bosphorus Strait
Haliç	The Golden Horn
Padişahlar	Sultans
Saray	Palace/palace
Hükümdar	Sultan
Mecidiye Köşkü	Mecidiye Pavillion
Dolmabahçe	Dolmabahçe Palace
Mustafa Kemal Atatürk	Atatürk/Mustafa Kemal Atatürk
Pavillions	Pavillions/ pavillions
İstanbul	İstanbul/Constantinople
Doğu Roma	Byzantine
Sur-ı Sultani	Royal Walls
Hazine	Treasury
Mukaddes Emanetler	Sacred Trusts
Osmanlı Padişahları	Ottoman Sultans
Cuma Selamlık Alayı	Friday divine service parades
Hasırcılar Ocağı	Wicker Workers' Headquarters
Aya İrini Kilisesi	Church of Hagia Irene
Cebahane	Imperial armoury
Sikke	Coins
Darphane	Royal Mint
Zanaatkarlar	Artists and craftsmen
Ambar	Warehose/storehouse
Enderun Hastanesi	Royal Hospital

Has Fırın	Royal Bakery
Simid	Simit
Bab-üs Selam	Bab-üs Selam
Kanuni	Suleiman the Magnificent
Kelime-i Tevhid	Shadada (Islamic statement of faith)
Tuğra	Calligraphic seal
Kitabe	Inscription
Revak	Porch
Bevvabân-ı Dergâh-ı Âli	Bevvabân-ı Dergâh-ı Âli
Koğuş	Barrack
Valide Sultan	The Sultan's mother
Şehzade	Royal Prince
Cariyeler	Female attendants/concubines/service attendants
Matbah-ı Amire	Imperial Kitchen
Altınyol	The golden road/Altınyol
Kuşhane Mutfağı	Kuşhane Mutfağı
Hanedan	Royal
Ceyb-i Humayun	Privy Purse
Toplu yemek	Banquet
Divan-I Humayün	Imperial Council
Ulufe	Three month salaries of the janissaries
Yeniçeri	Janissary
Fatih Kanunnamesi	Law Code of Mehmet II
Fatih	Sultan Mehmet II
Sadrizam	Grand vizier
Baş Defterdar	Chief Treasurer
Nişancı	Chancellor
Kazasker	Military high judges
Çaşnigir ağa	Çaşnigir ağa
İbrik	Ewer
Leğen	Basin
Vezir-i Azam	The grand vizier
Şerbet	Sherbet

Gölsuyu	Rose water
Divan	Council Chamber
Acemi oğlan	Page
Habeşistan	Ethiopia
Kökboyasıgillerden	Rubiaceae
Mekke	Mecca
Kahire	Cairo
Hicri	Hegira
Miladi	C.E.
Erkân	statesmen
Leblebi	Roasted chickpeas
Bulgur	Bulgur
Cidde	Jeddah
Aktar	Druggist
Tahmis	Tahmis
Tahtakale	Tahtakale
Halep	Aleppo
Şam	Damascus
Hekim	Hekim
Kanuni Sultan Süleyman	Sultan Süleyman Magnificent
Mimar Sinan	Architect Sinan
Helvacıyân-ı Hassa	Royal Confectioners
Helvacıbaşı	Chief Royal Confectioner
Mutfak emini	Kitchen controller
Kilercibaşı	Commisariat (Kilercibaşı)
Macun	Electuaries
Helvahane Ocağı	The Company of the Confectionary Kitchen
Baklava	Baklava
Lokma	A type of fritter
Helva-yı Hakani (padişaha mahsus)	Helva-yı Hakani
Me'muniye Helvası	Me'muniye Helvası
Helva-ı Halkaçini	Helva-ı Halkaçini
Kepçe Helvası	Kepçe Helvası

Seferli Koğuşu	Hall of the Expeditary Force
Şifa ayetleri	Verses from Koran relating to recovery
Başlala	Baş lala
Mesir Macunu (macûn-ı mesrititus)	Mesir Macunu (also known as the electuary of Mithridates)
Mübarek sözler	Other religious maxims
Hokka	Jar
Hayalbaz	Shadow play
Hokkabaz	Illusionist
İncesaz	Musician
Nevruzziye	Nevruzziye
Afyon hulasası	Opium
Nevruzziyelik	Porcelain jars of Nevruzziye
Besbase (macis)	Mace
Yasemin	Jasmine
Hanımeli	Honeysuckle
İtır	Rose geranium
Menekşe	Violet
Lily	Zambak
Gecesafası	Marvel of Peru
Siyah kimyon	Nigella
Usare	Essence
Gülâbdan	Gülâbdan
Koğuş	Staff hall
Matbah-ı Amire	Palace kitchen
Testi	Jug
Nizam-ı Cedid	Nizam-ı Jadid
Kaptan-ı Derya	Captain
Beyit	Couplet
Adalet Kulesi	Tower of Justice
Divan-ı Humayûn	Council Hall
Hünername	Hünername
Cihannüma Kasrı	Wooden Kiosk
Ampir uslup	Summerhouse fashioned

Kafesli oda	Lattice-encased window
Harem	Harem
Mahram	Private
Padişah kadınları	Sultan's mistresses
Karaağalar	Black Eunuchs
Enderun	Enderun
Haseki	Head mistress
Hürrem Sultan	Hurrem Sultan
Mimar Sinan	Mimar Sinan
Davud Ağa	Davud Ağa
Valide Sultan	The queen mother
Çifte hamamlar	The baths of the Sultan and Queen mother
Hünkar Sofası	The throne room (Imperial Hall)
Has	Privy
Çifte Kasırlar	Twin pavilions (Chamber of Crown Princess)
Kasr	Pavillion
Mabeya	Apartments of Mabeyn
Gözde	Sultan's favourite
Hamam	Bathroom
Çamaşırlık	Laundry
Kuşhane Mutfığı	Kuşhane Mutfığı
Asma kat	Mezzanine
Niş	Niche
Fil gözleri	Elephant eyes
Ceyb-ı Humâyûn	Ceyb-ı Humâyûn
Hazine-ı Hassa	Hazine-ı Hassa
Zülüflü Baltacılar	"züflü" guards
Kuşçubaşı	Kuşçubaşı (Chief bird keeper)
Habeş	Abyssinian (Ethiopian)
Kızlar Ağası	The Chief Black Eunuch
Şeyhülislam	Sheik al-Islami
Selatin	Selimate
Sebil	Fountain

Koğuş	Dormitory/Court
Vakfiye	Endowments
Cariyeler	Servant Concubines
Mescid	Mosque/Chapel Mosque
Başkadıfendi	First Consort
Sedef bağa	Mother-of-pearl and tortoise
Mihrâp	Prayer niche
Tekfur Sarayı	Blachernae (Tekfur Sarayı)
Çini	Tile
Hırka-ı Saadet Dairesi	Sacred Trusts



ÖZGEÇMİŞ

1966 yılında İzmir’de doğan Tibet Elmalık, İzmir Özel Türk Lisesi’nden ve daha sonra Ege Üniversitesi Edebiyat Fakültesi, İngiliz Dili ve Edebiyatı Bölümü’nden mezun oldu. Mezuniyetini takiben İngiltere’de London School of Foreign Trade okulunda İş İdaresi ve Yönetimi sertifika programını tamamladı. 1991 yılında Profesyonel Turist Rehberi olarak kokartını aldı. İzmir Amerikan Hava Kuvvetleri’nde Halkla İlişkiler Danışman Yardımcısı, Amerikan Konsolosluğu’nda kütüphane Müdür Yardımcısı, İzmir Türk Amerikan Derneği’nde Sosyal ve Kültürel Etkinlikler Koordinatörü olarak görev yaptı. Philip Morris Sabancı A.Ş. İnsan Kaynakları Departmanı’nda çalıştı. 1994 yılında İngilizce turist rehberi olarak çalışmaya başlayan Tibet Elmalık, 2003 yılında İstanbul’a yerleşti. 2017 yılında İngilizce öğretmeni olarak İstanbul Medipol Üniversitesi Yabancı Dil Okulu’nda çalışmaya başladı. Bugün, Medipol Üniversitesi’nde İngilizce öğretmeni ve birim sorumlusu olarak çalışmaya devam eden Tibet Elmalık, eşi, ondokuz yaşındaki oğlu ve sekiz yaşındaki kızıyla birlikte Kadıköy’de yaşamaktadır.