



# Araştırma Raporları

MÜSTAKİL SANAYİCİ ve İŞADAMLARI DERNEĞİ

## İŞ HAYATINDA TÜRKÇENİN KULLANIMI ve MÜSİAD'IN ÖNERİLERİ

Prof. Dr. Hüner ŞENCAN



Başlat



# İŞ HAYATINDA TÜRKÇENİN KULLANIM SORUNLARI VE MÜSİAD'IN ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Prof. Dr. Hüner Şencan



**Araştırma  
Raporları**

MÜSTAKİL SANAYİCİ ve İŞADAMLARI DERNEĞİ

**İş Hayatında Türkçenin Kullanım Sorunları ve MÜSİAD'ın Çözüm Önerileri**  
**MÜSİAD Araştırma Raporları: 54**

Bu rapor, Prof. Dr. Hüner Şencan'ın katkılarıyla, MÜSİAD Araştırmalar ve Yayın Komisyonu tarafından hazırlanmıştır.

ISBN-978-975-7215-78-3

İstanbul, Temmuz 2008

**Yayına Hazırlık**  
[www.prestij.com.tr](http://www.prestij.com.tr)

**Baskı**



Atatürk Cd. Göl Sk. No:1 Yenibosna/İST.  
Tel: 0212 656 49 97 pbx Faks: 0212 656 29 26



Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği  
Sütlüce Mah. İmrahor Cad. No: 28 Beyoğlu-İSTANBUL  
Tel: 0212-222 04 06 Faks: 0212-210 52 82  
web: [www.musiad.org.tr](http://www.musiad.org.tr) Email: [musiad@musiad.org.tr](mailto:musiad@musiad.org.tr)

## İÇİNDEKİLER

|                                                                             |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>SUNUŞ .....</b>                                                          | <b>5</b>  |
| <b>1. GİRİŞ .....</b>                                                       | <b>6</b>  |
| <b>2. TÜRKÇENİN DİL YAPISI.....</b>                                         | <b>8</b>  |
| 2.1. Türkçenin Dil Bilgisi Yapısı.....                                      | 8         |
| 2.2. Türkçenin Kelime Haznesi Genişliği.....                                | 13        |
| 2.3. Türkçenin Sahip Olduğu Kelimelerin Kökenleri Açısından Altyapısı ...   | 17        |
| 2.4. Türkçenin Dünyadaki Dil Grupları Açısından Altyapısı .....             | 22        |
| 2.5. Türkçenin Toplumsal-Kültürel Yapı Bütünleşikliği.....                  | 24        |
| 2.6. Türkçenin Toplumun Dini İnançlarıyla Bütünleşikliği .....              | 25        |
| 2.7. Türkçenin Bilim Diline Uygunluğu .....                                 | 26        |
| 2.8. Türkçenin Teknolojik Terminolojiye Uygunluğu Açısından Altyapısı ..    | 30        |
| 2.9. Türkçenin Ticari Dile Uygunluğu Açısından Altyapısı .....              | 31        |
| <b>3. ALIŞVERİŞ HAYATI VE TÜRKÇE .....</b>                                  | <b>32</b> |
| 3.1. Ticari Hayatta Marka Belirleme ve Türkçe.....                          | 32        |
| 3.2. Yabancı Şirket Ürünlerinin Yabancı İsim ve Logolarla Pazarlanması .... | 36        |
| 3.3. Bankacılık Sektörü ve Türkçe.....                                      | 37        |
| <b>4. İŞ HAYATI VE TÜRKÇE .....</b>                                         | <b>38</b> |
| 4.1. Şirket İsimleri ve Türkçe.....                                         | 38        |
| 4.2. Ürün ve İmalat Terminolojisi.....                                      | 43        |
| 4.3. Birim ve Yön Levhalarının İsimlendirilmesi .....                       | 44        |
| 4.4. İş Unvanları ve Türkçe .....                                           | 45        |
| 4.5. Şirket Unvanlarındaki Hukuki Statülerin Türkçeleştirilmesi.....        | 46        |
| 4.6. Ticari Kısaltmaların Türkçeleştirilmesi.....                           | 47        |
| 4.7. Şirket İsimlerinde ve Yazışmalarında Simge Kullanımı.....              | 47        |
| 4.8. Kabul Edilemez Deyimler ve Sloganlar.....                              | 48        |
| 4.9. Şirketlerin Ağ kümesi Sayfalarında Türkçe.....                         | 48        |
| 4.10. Dijital İçerikli Kelimelerin Kullanımı .....                          | 50        |
| 4.11. Resmî Kurumların İşlem Sözlükleri Oluşturmaları .....                 | 51        |
| 4.12. İnternet, İş Dünyası ve Bilgi Ağ kümeleri.....                        | 52        |
| <b>5. SONUÇLAR .....</b>                                                    | <b>52</b> |
| 5.1. Hükümete Düşen Görevler .....                                          | 52        |
| 5.2. Eğitim Kurumlarımıza Düşen Görevler .....                              | 56        |
| 5.3. Türk Dil Kurumuna Düşen Görevler.....                                  | 57        |
| 5.4. İş Adamlarına Düşen Görevler .....                                     | 59        |
| 5.5. Halkımıza Düşen Görevler .....                                         | 60        |
| 5.6. Belediyelere Düşen Görevler .....                                      | 61        |
| 5.7. Medya Kuruluşlarına Düşen Görevler .....                               | 62        |
| 5.8. Sivil Toplum Kuruluşlarına Düşen Görevler .....                        | 62        |



### SUNUŞ

MÜSİAD, on yedi yılı aşkın bir süredir iş hayatında iş adamlarının ekonomik, sosyal, kültürel ve işletme yapılarıyla ilgili sorunlarını ele alarak çözüm önerileri getiren, iyileştirmeler yaparak bir taraftan üyelerine ve diğer taraftan toplumumuza yararlı olmaya çalışan bir sivil toplum kuruluşudur. Aradan geçen bu on yedi yıllık süre içinde yüzü aşkın rapor yayımlamış ve aynı zamanda bilgilendirici nitelikte çok sayıda eseri gün ışığına çıkarmıştır.

Elinizdeki bu raporla hem ülkemizin hem de iş dünyasındaki iş adamlarımızın önemli bir sorunu ele alınmıştır. Türkçe 1980'li yıllardan sonra önemli ölçüde İngilizceden ve diğer Batı dillerinden etkilenmiş Doğu dillerinden gelen kelimelere karşı gösterilen antipatik tutum bu kez yanlış bir şekilde Batı dillerine karşı sempati biçiminde ortaya çıkmıştır. Doğu dillerinden dilimize geçen kelimeleri yerli yersiz toptancı bir anlayışla elemek ve iptal etmek ne derece yanlışsa, sorgusuz ve sualsiz olarak Batı ülkelerinden gelen kelimeleri hiç düşünmeden almak da o derece yanlış olmuştur. Ülkemiz insanları ne yazık ki iki yanlış eğilimin etkisi altında bocalamaya devam etmektedir. Türkçenin kullanımı ve geliştirilmesi için makul ve orta bir yola ihtiyaç vardır. Retçi ve tümünden kabulcü anlayışların ortasında tarihini kabullenen, medeniyet ve geniş millet anlayışına dayanan politikalara bugün her zamankinden daha fazla ihtiyaç duymaktayız.

*İş Hayatında Türkçenin Kullanım Sorunları* isimli bu raporda hocamız Prof. Dr. Hüner Şencan konuyu daha çok iş ve ticaret hayatı açısından ele almıştır. Kendisi bir dil bilimcisi olmamasına karşılık MÜSİAD camiasının düşünce ve duygularını bu raporda en iyi bir şekilde yansıtmıştır. Türkçenin kullanım zorlukları ve problemleri esas olarak politika ve stratejilerle ilgilidir. Politika ve stratejiler ise, ayrıntılı teknik dil bilimi kurallarına dayanmaz. Politika ve stratejiler halkımızın benlik ve kimlik tanımıyla alakalıdır. Bu tanım en geniş bir biçimde düşünülmeli ve her türlü politikalar bu tanımlara göre yapılmalıdır.

MÜSİAD, iş hayatında faaliyet gösteren işletmelerin tabelalarına, logolarına, amblem ve şirket isimlerine gereksiz ve anlamsız müdahaleleri uygun bulmamaktadır. Şirketler ve iş hayatı Türkçeyi kurtarma adına anlamsız ve gereksiz sınırlamalara tabi tutulmamalı ve fakat aynı zamanda Türkçenin yanlış uygulamalarla bozulmasına izin de verilmemelidir.

Bu raporun ilgililere, hükümete, devlet ve iş adamlarımıza bakış açısı kazandırma açısından önemli yararlar sağlayacağına inanmaktayım. Bu vesileyle raporu hazırlayan hocamıza teşekkür ediyor ve raporun Türkçemize, ülkemize ve toplumumuza hayırlar getirmesini diliyorum.

## 1. GİRİŞ

Bir ülkenin gücü ve iç yeterliliği sadece ekonomik ve teknolojik değerlerle ölçülemez. En az onlar kadar önemli olan diğer faktörler; sosyal ve psikolojik yapı, manevi değerler, dil donanımı, vatandaşların kendi aralarındaki bağlılık ve kenetlenme derecesi, ülke insanlarının kültür ve medeniyet tasavvurunda ortak fikre sahip olmaları gibi nispeten daha soyut ve görülemez, fakat o ölçüde de hissedilir olan alanlardır. Bu raporda toplumsal gücün önemli bir ögesini oluşturan dil konusuna değinilmiş ve bu çerçevede Türkçenin özellikle iş hayatında, değişik kurum ve kuruluşlarda kullanımıyla ilgili sorunlara dikkat çekilerek alınması gereken tedbirlerin neler olabileceği araştırılmıştır.

Türkçe, ülkemizde yaşayan insanların resmî ve aynı zamanda ortak anlaşma dilidir. Etnik kimliğimiz ve ana dilimiz ne olursa olsun Türkçe, misakı milli sınırlarını da aşan bir şekilde bu dili konuşan herkesi tek bir millet anlayışıyla bir araya getiren temel bir kaç faktörden biridir. Milli, mânevi değerlerin geliştirilmesi, paylaşılması ve başarıyla bir sonraki nesle aktarılması dilin geliştirilmesine ve güçlendirilmesine bağlıdır. Resmî dil, bir ülkede yaşayan vatandaşların en azından coğrafi düzeyde kimlik ve aidiyet duygusunu güçlendirir. Fertlere güç ve enerji verir. Ülkeler gibi, diller de anlatım yeterliliği açısından güçlü veya zayıf olurlar. Dillerin zayıf olması halinde o ülkenin vatandaşları kaçınılmaz olarak başka ülkelerin dillerinden ödünç kelime alırlar ve sonuçta ödünç alınan bu kelimelerin çoğalması ve yaygınlaşmasıyla bileşik, karma bir dil yapısı ortaya çıkar. Günümüzde bütün dünya ülkelerinin dilleri bileşik, karma bir alış-veriş süreci içinde gelişmektedir. Ülkeler ve medeniyetler arasındaki ilişki ve etkileşimler bu sonucu doğurmaktadır. Ancak bileşik-karma dil yapıları, medeniyet-kültür etki alanları içinde ya bir eriyik gibi tümleşik bir görünüme sahiptir veya farklı medeniyet-kültür etkileşimlerinin sonucu olarak erimeyen, bütünleşmeyen veya kaynaşmayan parçalı, dalgalı ve çok renkli bir görünüm sergiler. Ödünç alınan; fakat özümsememiş, içselleştirilmemiş, uyarlanmamış veya Türkçeleştirilmemiş kelimelerden oluşan parçalı ve çok renkli dil yapısı toplumsal dokuyu zorlayan bir işleve sahip olur. Vatandaşların bir bölümünün dil eriyiğimizin içinde kaybolmayan bu kelimeleri kullanması iletişim ve algılama güçlüklerine neden olur. İletişim kuramama ise anlaşmazlık nedenidir. MÜSİAD bu raporda bin yılı aşkın bir süre içinde devamlı gelişme gösteren ve aynı zamanda medeniyet tasavvurumuzla bütünleşen dilimizin eriyik yapısını güçlendirecek ve onu aykırı gelişmelerden koruyacak görüş ve öneriler üzerinde durmuştur. MÜSİAD'ın dilin kullanımı ve Türkçenin geliştirilmesiyle ilgili yaklaşımı “dil ırkçılığına” dayanmaz. Geniş medeniyet alanı içinde farklı kültürlerden alınarak bir dile mâl olmuş ve o dil tarafından artık özümsemiş olan kelimelerin kökenini araştırıp ayıklama yapmayı yanlış bir davranış olarak görürüz. Dilin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi tek başına “etnik

temellere” bağlı olarak yapılmamalıdır. Böyle bir yaklaşım, bizi ırkçı devlet ve toplum anlayışına götürür. Çağımızdaki medeniyet ve kültür anlayışı, küresel gelişmeleri daha geniş bir çerçeveden değerlendirmeyi gerektirmektedir. Yeni yaklaşımlar, yeni tanımlamalar, yeni icatlar ve bulgular kökeni hangi medeniyet ve kültür olursa olsun insanlığın ortak malıdır. Bu ürünler, uygulamalar veya tanımlamalar eğer medeniyet ve kültür tanımımızla çatışmıyorsa aynı zamanda bizindir. Toplumumuz bu tür gelişmelere tarih boyunca hep açık olmuştur. Aydınlarımıza ve dil bilimcilerimize düşen görev, ortaya yeni çıkan bu kavramları, terimleri, yaklaşımları kendi bağlamları içinde çok iyi değerlendirerek yabancı harf-söz dizimi içinde değil, yakın anlamlarını dikkate alarak orijinal veya türetilmiş Türkçe kelimelerle ifade etmeleridir. Raporun ileriki bölümlerinde bu konular üzerinde daha ayrıntılı bir şekilde durulmuştur. Yabancı harf-söz dizimi içinde dile getirilen kelime ve ifadeler toplumun tüm kesimini olduğu gibi iş adamlarını, yöneticileri ve çalışanları da büyük ölçüde olumsuz etkilemektedir. Bu nedenle haksız rekabetler ortaya çıkmakta, yanlış değerlendirmeler yapılmakta, sözleşme şartları anlaşılmamakta ve bunun yanında insanlarımızın yazı yazma ve ifadelendirme kabiliyetleri dumura uğramaktadır. Resmî dil olarak Türkçenin iş ve toplum hayatında daha etkili bir şekilde kullanılması, yanlış uygulamaların önüne geçilmesi için “aşırı ulusalcı” bir yaklaşıma girmeden dilin tabii gelişme seyrine uygun koruyucu tedbirlerin alınmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Türkiye’de 1930’lu yıllardan başlayarak Arapça ve Farsça kelimelerin ayıklanması ve Türkçe karşılıklarının bulunması ve kullanılması yönünde yoğun kampanyalar uygulanmış ve bunun sonucunda bir taraftan nesiller arasında haberleşme zorlukları ortaya çıkarken diğer taraftan milletimizin komşu Türk milletleriyle olan iletişim bağları zayıflama eğilimi içine girmiştir. Ülkemizdeki dil bilimcileri ne yazık ki milletimizin konuşma ve anlaşma dilinin genişliğini ve bu dilin tarihi medeniyet tasavvuru ile olan birlikteliğini iyi değerlendirememişler Batılılaşma ve ulus devlet oluşturma adına kısır bir döngü içine girerek indirgemeci bir yaklaşıma sahip olmuşlardır. Fakat aradan geçen süre içinde Doğu dillerine karşı takınılan antipatik tutum Batı dillerine sempatiyle yaklaşılması sonucunu doğurmuştur. Özellikle 1980’li yıllardan itibaren toplumumuzda Batı kaynaklı kelime ve ifadelendirme yaklaşımlarının hızla arttığı görülmeye başlanmıştır. Arapça ve Farsça kelimeleri Türkçeleştirme konusuyla yoğun bir şekilde meşgul olan aydınlar Batıdan gelen bu akımı zamanında fark edip gerekli tedbirleri alamamışlardır. Günümüzde yaşanan sorun, dilimize son 25 yıl içinde Batı toplumlarından giren kelime, terim ve ifadelendirme biçimlerinin sözlü, yazılı ve görsel haberleşme biçimlerimizi çok daha kısa süre içinde ve çok daha olumsuz bir biçimde etkiliyor olmasıdır. Bu raporda son yıllarda toplum ve iş hayatımızda dil kullanımıyla ilgili yaşanan sıkıntılara değinilmiş; yanlış gelişmelere karşı çözüm önerileri derlenerek bu konuda alınabilecek tedbirlerin neler olabileceği araştırılmıştır.

## 2. TÜRKÇENİN DİL YAPISI

Türkçenin dil yapısı çeşitli açılardan incelenebilir: (a) Türkçenin gramer açısından dil yapısı, (b) Türkçenin kelime haznesinin genişliği açısından altyapısı, (c) Türkçenin sahip olduğu kelimelerin kökenleri açısından altyapısı, (d) Türkçenin dünyadaki dil grupları açısından altyapısı, (e) Türkçenin toplumsal-kültürel yapıyla bütünleşikliği açısından altyapısı, (f) Türkçenin toplumun dini inançlarıyla bütünleşikliği açısından altyapısı, (g) Türkçenin bilim diline uygunluğu açısından altyapısı, (ğ) Türkçenin teknolojik terminolojiye uygunluğu açısından altyapısı, (h) Türkçenin ticari dile uygunluğu açısından altyapısı. Bu liste daha da uzatılabilir. Fakat açıkça belli olduğu gibi, bu konuların her biri ayrı bir uzmanlık çalışmasını gerektirir. Ancak iş hayatında yaşanan Türkçe kullanımıyla ilgili sorunlara değinmek için Türkçenin değişik başlıklar altında incelenebilecek dil yapısına da değinmek gerekmektedir.

### 2.1. TÜRKÇENİN DİL BİLGİSİ YAPISI

Türkçeyi diğer dillerden ayıran dört temel özellik belirlenmiştir: (1) Türkçe, kelime sonlarında ek alan bir dildir. (2) Türkçede ses uyumu vardır. (3) Türkçede kelimelerin cinsiyeti yoktur. (4) Türkçe ince ünlü olan ü ve ö harflerinin yoğun olarak kullanıldığı bir dildir.<sup>1</sup> Bunun dışında Türkçe büyük ölçüde Arapça ve Farsça kelimelerden yararlanmakla birlikte bu kelimeler asıl ana ülke dilindeki kullanımından hem anlam açısından hem de yazılış biçimleri açısından büyük ölçüde farklılaşmış ve artık kendimize ait kelimeler haline gelmiştir. Türkçenin genel karakteri söz konusu dört maddeyle açıklansa da ön ek alan kelimelerimiz de yok değildir. Büyük ölçüde yabancı kelimelere gelen bu ön ekler zaman içinde benimsenmiş ve halkımız tarafından yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin, gayri ihtiyari, gayri kabili rücu, antipati, antifriz kelimeleri ön ek alan uygulama örnekleridir. Ön ekler; Yunanca yokluk bildiren A, AN ve ANTİ harfleri ile, Latince Bİ ve BİS harfleriyle; Fransızca DE ve DES harfleriyle; Yunanca DİS harfleriyle; Latince DİS, EX ve EXO harfleriyle, Yunanca EPİ harfleriyle, Yunanca JEO, HYPO, HYPER, HİDRO, HOMO ve HETERO harfleriyle, İL ve İN harfleriyle, Latince İNTER harfleriyle; Yunanca İZO, KOZMO, İtalyanca KONTRA; Latince KO, KOL, KOM, KON, Yunanca MAKRO, MİKRO; NEO, OTO, PAN, PAR, PRE, PRO, SYN, SYM, SEM, TELE harfleriyle; Latince RE harfleriyle yapılabilmektedir.<sup>2</sup> Dil, omurga ve kanatlarıyla bir bütündür. “Son ek”li bir dil yapısına sahip olsa da Türkçe, gerek Arapça ve Farsçadan ve gerekse İngilizce, Yunanca, Latince ve diğer dillerden aldığı ön ekli kelime biçimleriyle zenginleşmiş ve gelişmiştir. Bu nedenle dil yapılarını daraltılmış alanda değil, daha geniş bir çerçevede incelemek ve ele almak gerekir. Dili, özü ve çeperleriyle bir bütün olarak ele almak zorundayız. Türkçede dil bilimciler kabul etmeseler de ön ekli kelime kullanımı artmıştır ve öyle görülmektedir ki artmaya devam edecektir. Bunları “ön ek olarak mı

göreceğiz?” yoksa birleşik kelime sayıp “bağımsız kelimeler olarak mı ele alacağız” konusu basit bir tanımlama sorununun ötesine geçmemektedir. Örneğin; “mikrodalga fırın” ifadesini kullanırken *mikrodalga* kelimesini *ön ekli kelime* yerine *bağımsız kelime* olarak tanımlamamız Türkçenin özünü kurtardığımız anlamına gelmemektedir. Dilimizin bazı yabancı ön ekleri Türkçeleştirerek alıyor olması onun zayıflığını değil ön ekli uygulamalarla zenginleştiğini gösterir.

Türkçenin gramer yapısı veya “dil bilgisi”, Cumhuriyetin ilanından dokuz yıl sonra ciddi bir şekilde ele alınmaya ve yazım kuralları belirlenmeye başlanmıştır. Cumhuriyet öncesinde kelimelerin yazım biçimleri, ifadelendirme, kelimeler arasındaki nüanslar, doğru cümle kurma biçimleriyle ilgili görüş ve düşünceler “Osmanlıca” içinde anlamlılık kazanmaktaydı. Osmanlıcanın dil bilgisi yapısıyla günümüz Türkçesinin dil bilgisi yapısı aynı değildir. Bunun yanında Osmanlı tebaası ile Türkiye Cumhuriyetinin vatandaşları ve aynı zamanda sosyal, ekonomik ve kültürel çevre de aynı değildir. Bu nedenle kimse klişe bir sözcük haline getirilen “Müsellesin mesahayı sathiyesi, kaidesi ile irtifain hasılı zarbının nısfına müsavidir.” tanımlamasını örnek vermeye çalışmasın. Osmanlı Türkçesiyle, Türkiye Türkçesini karşılaştırmak anlamsız ve gereksizdir. Bugün dünya dilleri içinde Türkiye Türkçesinin gramer (dil bilgisi) yapısının etkililiğini ve gücünü değerlendirmek istiyorsak kendimize şu soruları sormamız gerekmektedir:

1. Çocuklarımız, yazı yazma ve metin üretme konusunda yararlandıkları dil bilgisi kuralları hakkında ne ölçüde bilgi sahibidirler? Bu kuralları ne ölçüde etkili bir şekilde uygulayabilmektedirler?
2. Dil bilimcilerimizin yazı yazma ve metin üretme konusunda geliştirdikleri kurallar ne ölçüde ortak kabul düzeyine erişmiştir ve ne ölçüde tartışmalıdır?
3. Türkçenin gramer yapısına, yazı yazarken veya konuşurken ne ölçüde uyulmaktadır? Bu kurallar ne ölçüde belirgin veya ne ölçüde belirsizdir?
4. Yazı dili ile konuşma dili ne ölçüde örtüşmekte ve ne ölçüde ayrışmaktadır?
5. Soyut gramer kuralları ve ilkeleriyle, günlük hayattaki somut yazım kuralları arasında ne ölçüde bağdaşıklık söz konudur?
6. Kuramsal Türkçe dil bilgisi kurallarıyla halkın konuştuğu ve yazışma yaptığı dil ne ölçüde örtüşmektedir? Kurallar halka ne ölçüde öğretilmiş ve benimsetilmiştir?

7. Resmî kurumlar ve özel kuruluşlar Türkçenin gramer kuralları konusunda ne ölçüde birbirleriyle mutabık ve ortak görüşe, ortak uygulamaya sahiptirler?

Günümüzde, okullardaki dil bilgisi öğretimi teknik bir mekanizma olarak ele alınmaktadır. Bu nedenle çok sayıda öğrenci bu dersi sevmemekte ve sıkıcı bulmaktadır. Türkçenin sevdirmesi ve kullanma duyarlılığı Türkçe-Edebiyat derslerine bırakılmış; Dil Bilgisi dersleri ise bu yaklaşımdan neredeyse muaf tutulmuş gibidir. Türkçenin güçlendirilmesi, desteklenmesi ve geliştirilmesinden söz ederken Dil Bilgisi derslerinin işleniş biçimi bu yaklaşımın tam tersine bir gelişme göstermektedir. Dil Bilgisi dersinde işlenen konular, kavramlaştırma biçimleri ve yeni geliştirilen kurallar bir taraftan nesiller arasındaki farkı uçurumlaştırmakta ve diğer taraftan ise ortak düşünme, anlamlandırma ve ortak kurallara göre yazma faaliyetlerini zorlaştırmaktadır. Bugün yaşı 50'yi bulan nesil kendi çocuklarının dil bilgisi kavramlarını anlamakta zorluk çeker bir haldedir. Cümle, “tümce” olmuş; kelime, “sözcük”, ifade, “söz”; zamir ise “adıl”a dönüştürülmüştür. Günlük hayatta her zaman ve sürekli olarak kullandığımız “sıfat” kelimesini sorumsuz bir şekilde önad kelimesine çevirmek; zarf kelimesini belirteç ve edat kelimesini ilgeç olarak değiştirmek hangi kızgınlığın, kaçışın veya kopuşun ifadesidir? Bu yaklaşım dilin geliştirilmesi değil, toplumun hafızasından kültürün, medeniyet duygusunun ve değerlerin kaçınılmaya çalışması hadisesidir. Cemil Meriç, öz Türkçe kullanma meraklılarının bu davranışını tarihten kaçma olarak nitelendirir. Kuralları öğretmek ve yerleştirmek yerine ideolojik saplantılarla toplumun hafızasını değiştirmeye çalışmak kabul edilebilecek bir davranış değildir. Hükümet ve diğer devlet yetkililerinin ideolojik saplantılar içinde gelişen bu tür yaklaşımlar konusunda dikkatli olmaları gerekir. Ne yazık ki bu tür yaklaşımlar nedeniyle okullarından mezun olan gençlerimiz Türkçeyi iyi öğrenememekte ve bunun sonucunda konuşma ve yazma konusunda ciddi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Türkçenin dil bilgisi yapısını geliştirmek ve dil bilgisi yapısının daha iyi öğretilmesini sağlamak için acilen şu önlemlerin alınması gerekir:

#### *1. Türkçenin dil bilgisi yapısını geliştirme önerileri*

- a. Gramer ve yazım kuralları konusunda bir komite oluşturulmalı ve tartışmalı tüm konular bu komitede değerlendirildikten sonra nihai bir karar verilmeli ve resmî özel tüm okulların bu kurallara uymaları sağlanmalıdır. Bu açıdan Milli Eğitim Bakanlığı inisiyatif almalıdır.
- b. Gramer ve yazım kuralları konusunda sık değişikliklerden kaçınılmalı ve değişikliklerin toplum üzerinde vaki olabilecek olumsuz etkilerine dikkat edilmelidir.

- c. Türkçenin dil yapısını geliştirmek ve anlaşılabilirliği artırmak için ideal cümle ve paragraf uzunluklarına ilişkin standartlar geliştirilmeli, akıcı ve duru bir Türkçeyle yazmak için “anlaşılabilirlik indeks ölçüleri” oluşturulmalıdır.
- d. Türkçenin dil yapısı değişik dillerden yapılan kelime ödünç alışverişleri kapsamında geniş kapsamlı olarak değerlendirilmelidir.

## 2. Dil bilgisi uzmanlık kurumunu geliştirme önerileri

- a. Türk Dil Kurumunun yapısı gözden geçirilmeli bu kurumda görev yapan uzman ve bilim adamları grubunun oluşumu, toplumsal görüşlerin zenginliğini temsil edecek şekilde genişletilmelidir. Türkçe sözlük içeriğinin nasıl oluşturulması gerektiği gibi bazı önemli konulara dar kadro anlayışı yerine geniş kadro yaklaşımıyla hep birlikte karar verilmelidir.
- b. Türk Dil Kurumunun hazırlamış olduğu *İmla Kılavuzu* gözden geçirilmeli bilim dilinin kelimelerini de kapsayacak şekilde genişletilmelidir.
- c. Türk Dil Kurumunun hazırlamış olduğu *İmla Kılavuzu* “yazım sitillerini” de dikkate alacak şekilde yeniden yapılandırılmalıdır.
- d. Türk Dil Kurumunun hazırlamış olduğu Türkçe Sözlük gözden geçirilmeli, kelimelerin anlamları yanında terim ve kavramların birden fazla anlamını verecek şekilde yeniden düzenlenmelidir. Bu sözlük şu an zenginleştirici değildir. Okuyucuyu, bir iki anlama mahkum eden bir yaklaşıma sahiptir.
- e. Türk Dil Kurumu, okullarda Dil Bilgisi öğretimiyle ilgili yaklaşımları bir bütün olarak değerlendirmeli ve bu konuda tüm Türkiye’de standart bir şekilde uygulanacak bir sistem ve model geliştirmelidir.
- f. Türk Dil Kurumu, Türkçenin yapısal gelişimi için daha aktif bir rol üstlenmeli ve aynı zamanda üniversitelerle işbirliği ve mutabakat içinde çalışmalıdır.
- g. Türk Dil Kurumu, Türkçe Bilim ve Sanat Sözlüğünü gözden geçirmeli, bu sözlükteki terimler ve kavramları ilgili fakülte ve anabilim dalları

öğretim üyeleriyle komisyonlar çerçevesinde görüşerek mutabakata varmalıdır. Ayrıca bilim ve sanat terimlerinden *bazıları Türkçe Sözlük*'e alınmalıdır.

- h. Türk Dil Kurumu, yazım stili konusunda bir çalışma başlatmalı sadece Türkçenin kullanımı konusuyla değil, aynı zamanda stilli yazım konusunda da çalışmalar yapmalıdır.
- i. Türk Dil Kurumu, yabancı kelimeleri yoğun kullanan kesimleri belirlemeli ve aynı zamanda bu kesimleri uyaran bir yaklaşıma sahip olmalıdır.
- j. Türk Dil Kurumu, üniversitelerle işbirliği yaparak bilimsel dil komisyonları kurmalı ve bu dil komisyonlarının üniversiteler üzerinde etkili olmalarını sağlayacak tedbirleri almalıdır. Kelime kullanım tercihleri öğretim üyelerinin kendi isteğine bırakılmamalı, komisyon kararları çerçevesinde şekillenmelidir.

### 3. Dil bilgisini daha iyi öğretme önerileri

- a. Dil bilgisi kuralları öğretilirken, kelime öz Türkçeleştirmelerine gidilmemeli bu nedenle nesiller arasında anlaşma ve uyumsuzlukların çıkmasına neden olunmamalıdır.
- b. Dil Bilgisi dersi gereksiz teorik tartışma bilgilerinden arındırılmalı fiili yazma ve konuşma pratiğine uygun olarak öğretilmelidir.
- c. Dil Bilgisi derslerinde İnternet gibi teknolojik imkanlardan yararlanılmalı öğrencilerin tereddüt ettikleri durumlarda dijital imla kurallarına ulaşabilecekleri yazılımlar oluşturulmalı ve bu imkanlar öğrencilere parasız olarak sunulmalıdır.
- d. *Türkçe Sözlük* ve *Türkçe İmza Kılavuzu* bütün ilköğretim ve ortaöğretim okullarına ücretsiz olarak dağıtılmalıdır.
- e. Dil bilgisi derslerinde anlamlı cümle kurma, paragraf yazma, imla kurallarına uygun olarak yazma, hatasız yazma, kelimeleri doğru ifade etme, doğru okuma konularına ağırlık verilmelidir.

## 2.2. TÜRKÇENİN KELİME HAZNESİ GENİŞLİĞİ

Bir dilin kelime haznesinin gelişmiş olması o dilin dünya ülkeleri üzerindeki yayılım derecesiyle, tarihsel olarak köklü, bir medeniyete ait ve gelişimlere açık olmasıyla ilgilidir. Bu açıdan Türkçe çekinik bir dil değil, Osmanlı İmparatorluğunun varisi olan Türkiye sınırları içinde bir anlamda küçültülen veya daraltılan bir lisandır. Günümüzde İngiltere’de Oxford Üniversitesi tarafından hazırlanan İngilizce sözlükte yaklaşık 350 bin ve Almanca “Duden” sözlüğündeki kelime sayısının ise 120 bin civarında olduğu belirtilmektedir. Bu rakamlar eğer doğruysa bu büyüklüklerin nasıl ortaya çıktığı konusu üzerinde düşünmemiz gerekir. Dillerdeki kelime sayısının artması ancak ödünç alma ve bu kelimeleri içselleştirme süreciyle mümkündür. Kaldı ki, İngilizce sözlüklerdeki kelime hazinelerinin coğrafi isimler ve şahıs isimleriyle şişirildiği iddiası söz konusudur. Bunun yanında benzer köklerden türetilen kelimeleri de dikkate alırsak bir dilin gerçek anlamda kelime zenginliğini tespit etmenin oldukça güç bir iş olduğunu görürüz. *Hamza Zülfikar’ın Terim Sorunları ve Terim Yapma Yolları* adlı eserinde Türkçede yapım ekleri içinde terim yapmaya uygun 170 ek olduğu bildirilmiştir. Bu gerçeğe dikkati çeken Akalın şu görüşleri ifade etmiştir:<sup>3</sup>

*Bilim dallarındaki, bölge ağızlarındaki söz varlığını da düşünecek olursak, yeni terimler türetmek için Türkçede on binlerce kök ve gövde olduğunu söylemek asla abartı değildir. Şu hâlde bu verilerle, matematiksel olarak sayısı milyonları bulan yeni söz ve yeni terim elde edilebilir. Kök ve gövdeyi on bin kabul edersek: 10.000<sup>170</sup> gibi çok büyük bir sayıya ulaşırız.*

Aslında Türkçedeki ek sayısının 170’ten çok daha fazla olduğu bilinmektedir. Bazı bilim adamları ek sayısını 300’e çıkarırken bunlardan en çok 100 kadarının sürekli olarak kullanıldığını belirtirler. Kelime sayısının çokluğuyla öğünme veya yerinme yerine kelimelerin anlatım, küçük farklılıkları gösterim, kolay kullanım ve hatırlanım gücünü değerlendirmek çok daha anlamlı bir iş olacaktır. Şişirilmiş kelime sayılarıyla övünmek yerine toplumun hafızasında yaşayan kelimelerin belgelenmesi ve bir sonraki nesle başarıyla aktarılması en önemli görevlerimizden biridir.

Türkler binlerce yıl süren tarihleri boyunca Moğolcadan başlayarak İngilizceye kadar uzanan onlarca dilden yararlanmışlar ve kendilerine özgü bir dil yapısı ve kelime hazinesi ortaya çıkarmışlardır. Bu kelime hazinesi mozaik özelliğiyle, çeşitli renklere sahip ve fakat bütünüyle bize ait bir kompozisyonudur. Bu kompozisyonu tek renge indirme çabalarını hayretle izlemekteyiz. Dilin bir anlamda “göbeğini” bulma uğraşısı ve “göbeğe dönüş” çalışmaları tarihi gelişmeye

aykırı, bilimsel olmayan bir yaklaşımdır. İleri kelime hazinesine sahip bütün milletler etkileşimler çerçevesinde dillerini geliştirmeyi ve zenginleştirmeyi bir zafiyet olarak görmemişlerdir. Örneğin, İngilizlerin tarihte koloniyal ve hegemonyacı yaklaşımları yan ürün olarak sahip oldukları dillerinin gelişmesine de katkı sağlamıştır. Fakat bu ülkeler, ırkçı anlayışlarla ulusal olmayan kelimeleri ret etmek yerine bu kelimelerle zenginleşmeyi ve dünya dili haline gelmeyi tercih etmişlerdir. Türk Dil Kurumunun 2005 yılında yayımlanan resmî *Güncel Türkçe Sözlük*'ünde 105 bin kelime olduğu ve bu kelimelerin %14'ünün (yaklaşık 15 bin kelime) yabancı dillerden dilimize girdiği belirtilmektedir.<sup>4</sup> 2008 yılına geldiğimizde ise dijital ortamda yer alan Türkçe Sözlük'teki kelime sayısının 115 bine ulaştığı bildirilmiştir.<sup>5</sup> Son üç yılda dilimizdeki kelime sayısı 10 bin kadar bir artış göstermiştir. Bunun dışında bilim, kültür ve uygarlık alanındaki teknik terimler de dikkate alınırsa Türkçe kelime-terim sayısı 275 bine ulaşmaktadır. Sadece bilim ve sanat terimleri sayısının 165 bin civarında olduğu bildirilmektedir. Buna göre halkın hafızasında yaşayan kelimeler, bilimsel terimler, coğrafi isimler ve türetilen kelimeler hep birlikte düşünülürse kelime sayısının 500 bini aşması işten bile gözükmemektedir. Bunun için toptancı bir anlayışla “yabancı kökenli kelime” takıntısından kurtularak “halkımız tarafından benimsenmiş kelimeler” anlayışına geçmemiz gerekmektedir. Wikipedi kaynaklarında 2005 yılı itibarıyla dilimize giren yabancı kaynaklı kelimelerin dağılımı aşağıdaki gibi belirlenmiştir: <sup>6</sup>

**Tablo 1.** Yabancı Dillerden Dilimize Giren Kelimelerin Sayıları

|                 |              |                |               |              |
|-----------------|--------------|----------------|---------------|--------------|
| Arapça: 6497    | Rumca: 414   | İspanyolca: 37 | Japonca: 12   | Fince: 2     |
| Fransızca: 5330 | Almanca: 100 | Ermenice: 25   | İbranice: 7   | Arnavutça: 1 |
| Farsça: 1365    | Latince: 75  | Bulgarca: 19   | Portekizce: 3 | Korece: 1    |
| İtalyanca: 597  | Yunanca: 43  | Macarca: 19    | Norveççe: 2   |              |
| İngilizce: 541  | Rusça: 43    | Moğolca: 14    | Soğdca: 2     |              |

Tablo 1’de verilen bu döküm eğer zihniyet değişikliğine gidebilirsek anlamını yitirecektir. Çünkü her dilden çok daha fazla kelime Türkçeleşmiş ve özümşenmiş olarak dilimizin içinde yer alacaktır.

Türkçe Sözlük’teki kelime sayısı son 15-20 yılda önemli ölçüde artırılmıştır, fakat bu artış hala büyük ölçüde yetersizdir. Bazı yazarlara göre bu artış sözlüğe orijinal kelime almak yerine kelime köklerinden türetilen benzer sözcüklerin sayısının artırılmasıyla oluşturulmuştur. Oysa halkımızın beklentisi türetme vasıtasıyla suni kelime artırımı yerine “Osmanlıca” veya “yabancı kaynaklı kelime” tanımlamasıyla dışarıda bırakılan fakat halkımızın hafızasında yaşayan kelimelerin sözlüğe alınması yönündedir..

Resmî Türkçe Sözlük'te bir anlamda özgün olmayan 115 bin civarında kelime varken acaba Türk halkının hafızasında yaşayan kelime sayısı kaçtır? Ne yazık ki *Türkçe Sözlük* halkın hafızasında ve günlük kullanımlarında yer alan binlerce kelimeye bünyesinde yer vermemiştir. Bu kelimelerin önemli bir bölümü de dini içeriklidir ve insanımızın dini yaşam biçimini yansıtır. Abid, abd, hulusi kalb ile, mükerrem, mütedebbir, irticali ve tebeütabiîn gibi kelime ve terimler bunlar arasındadır. Sadece “abid ve insan” kelimelerini birlikte ele alarak Google tarama ortamında bir araştırma yaptığımız zaman 66 bin kullanım sayısı karşılaştık. “Abit ve Allah” kelimeleriyle araştırma yaptığımız zaman ise bu rakam 240 bine çıkmaktadır. Genelâğ'daki yazılar belli bir eğitim düzeyini yansıtır. Bu eğitim düzeyinin altında kalan ve İnternet ortamıyla tanışmayan geniş halk kitlelerini düşündüğümüz zaman bu tür kelimelerin kullanım sayısını çok rahat olarak milyonlarla ifade edebiliriz.

Din görevlilerinin sürekli kullandıkları ve cami cemaatinin her cuma günü sık sık işittikleri ve yeri geldiğinde kullandığı bu kelimeler hangi nedenlerle *Türkçe Sözlük*'e girmemektedir? Sözlükteki kelime sayılarını yapay kelime türetimleriyle artırmak yerine gerçek kullanım biçimleriyle zenginleştirmeyi düşünmeliyiz. Ne yazık ki devletin sözlüğü ile halkın söz dağarcığı farklılaşmakta ve sonuçta kendi mecralarında akan ikili yapılar ortaya çıkmaktadır. Bu ikiliğin ortadan kaldırılması için “sık kullanılan kelimelerden oluşan” *Güncel Sözlük* ve “daha az kullanılan, fakat halkın kullandığı tüm kelimeleri büyük ölçüde içeren” *Genel Sözlük* yaklaşımlarına geçme zorunluluğu vardır. Bu uygulamayı gerçekleştirebilmek için “dar etnik kimliğe dayanan ulusalcı” kelime hazinesi yaklaşımından kurtulmak gerekmektedir. Son 80 yılda dili arılaştırma adına yapılan çalışmalar Arapça kelimeleri medyanın, eğitim kurumlarının ve resmî kuruluşların kullanımından büyük ölçüde uzaklaştırmış, fakat ne yazık ki Batı dillerinden kelime alışlarında aynı duyarlılık gösterilememiştir. Tablo 2 “basın dilinde” Türkçe ve yabancı dil kullanımı konusunda yapılan bir araştırmanın sonuçlarını ortaya koymaktadır. Tabloya göre, yıllar itibarıyla Arapça kelimelerin kullanımında önemli ölçüde düşüş görülürken Fransızca kelimelerin kullanımında ise belirgin bir artış ortaya çıkmıştır.<sup>7</sup> Fakat, araştırmacının İngilizce kelimeleri değerlendirmeye almaması nedeniyle asıl incelenmesi gereken alan kapsam dışında kalmıştır. Muhtemelen İngilizce dilinden dilimize giren kelimelerin azından düşürülen Arapça kelimelerin sayısı kadardır. Burada Arapça kelimeler yerine İngilizce kelimelerin alındığını değil, tersine Türkçeleştirme açısından bilim ve teknoloji dilindeki kelime ve terimlerin yeterince etkili izlenip tedbir alınmadığını söylemek istiyoruz. Arapça Farsça kelimelere karşı gösterilen duyarlılık İngilizceden geçen kelimelere karşı gösterilmemiştir. Bu ihmalin sorumlusu tek başına herhangi bir kurum değil, yaygın olarak tüm aydınlar ve esas olarak üniversitelerdir. Üniversitelerdeki ana bilim dallarının Türkçe kullanma konusundaki duyarlılıkları maalesef

istenilen düzeyde değildir. Onları bu konuda zorlayacak veya teşvik edecek bir mekanizmanın da bulunmaması bu gelişmelere yol açmıştır.

**Tablo 2.** Yıllar İtibariyle Basın Dilinde Türkçe Yabancı Sözcükler

| Yıl  | Türkçe sözcükler (%) | Arapça sözcükler (%) | Farsça sözcükler (%) | Fransızca sözcükler (%) |
|------|----------------------|----------------------|----------------------|-------------------------|
| 1931 | 35                   | 51                   | 2                    | 6                       |
| 1941 | 48                   | 40                   | 3                    | 4                       |
| 1951 | 51                   | 35                   | 3                    | 6                       |
| 1965 | 61                   | 26                   | 1                    | 8,5                     |
| 1995 | 71                   | 20                   | 1                    | 8,4                     |
| 2005 | 86                   | 6                    | 1                    | 4,8                     |

Türk Dil Kurumunun hazırladığı *Türkçe Sözlük*'teki bir diğer uygulama, bazı kelimelerin “eskimiş” veya “tedavülden kalkmış” olarak isimlendirilmesidir. “Fazıl”, “berhudar ol!”, “nadan” kelimeleri bunlardan bir kaçıdır. Kelimeler eskimiş para mıdır ki tedavülden kalsın. Bu yöndeki ifadelendirme ve anlayışlar dili kısırlılaştırmaktan başka hiçbir işe yaramamaktadır. Bu tavırlar “aşırı ulusalcı yaklaşım” olarak değerlendirilebilir. Bu tür tavırları ve yaklaşımları iyi tanımak zorundayız. Devletimizin ve milletimizin gücünü, enerjisini ve geleceğini sınırlandıran bu yaklaşımlara müsaade edilmemelidir. Zihinlerinin arka planında çoğulcu demokratik toplum yapısı yerine, tekçi-ulusalcı toplum yapılarını öngören kişilerin bu tür yaklaşımları nedeniyle dilimiz tabi gelişme seyrinden uzaklaştırılmakta ve başka sulara yelken açılmak istenmektedir. Kelimeler, yaşadığı ve kullanıldığı sürece tedavüldedir. Aslında hiçbir kelime tedavülden kalkmaz, belki az kullanılır. Az kullanılması değersiz olduğu anlamına da gelmez. Kelimelerin sık kullanılma derecesi popüler kültürle ilgilidir. Entelektüel insanlar daha geniş kelime hazinesiyle konuşur ve yazarlar. İnsanların konuşma ve yazma düzeyleri farklıdır. Zengin kelime hazinesiyle ve hitap edilen kitleye uygun olarak yazma ve konuşmaya “dilin düzeyleri” adı verilir. İnsan zekasının ve toplumsal zekanın gelişmesi kelime hazinesinin genişliğiyle doğrudan ilgilidir. Hitap edilen hedef kitlenin eğitim ve kültür seviyesi yükseldikçe kullanılan dilin düzeyi de yükselir. Aydınlarla düşen görev hem halkın dilini kullanmak ve hem de bu dildeki yanlış kullanımların önüne geçmektir.

Türkçenin kelime hazinesinin genişliğini kelimelerin etnik kökenleri bağlamında inceleyip değerlendirmek bizi hiçbir yere götürmez. Türkler İslamiyet'i seçtikten sonra Farsça ve Arapçadan önemli ölçüde kelime almışlar ve dillerini zenginleştirmişlerdir. Yirminci yüzyılda ise ekonomik ve teknolojik gelişmelerin sonucunda daha çok Batı dillerinden ödünç kelime alma uygulamaları başlamıştır. Toplumların hafızasında kelimelerin dönüştürülmesi, benimsenmesi, uyarlanma

ve hazmedilmesi uzun yıllar içinde ve belli bir süreç içinde gerçekleşir. Bu süreç sadece belli bir topluma veya kültüre özgü değildir. Bu nedenle Arapça ve Farsça kelimeleri atalım onların yerine Türkçe kelime yakıştıralım veya İngilizce, Fransızca asıllı kelimeleri alalım düşüncesi ne derece yanlıştır; Batı dillerine kapılarımızı bütünüyle kapatıp sadece Türkçe kelime bulalım veya Arapça ve Farsçasını kullanalım düşüncesi de o derece yanlıştır. Dilin gelişmesi medeniyetler arası etkileşimlere ve ilişkilere açık olmakla mümkündür. Milletimiz Arapçadan, Farsçadan, Yunancadan ve gerekse diğer Batı dillerinden aldığı tüm kelimeleri zaman içinde başkalaştırmış, özümsemiş ve kendisine mâl etmiştir. Bu kelimeler ne yazık ki, ne okunmuş ve ne de ifade ediliş biçimiyle orijinal kökenine uygundur. Türkçenin kelime hazinesinin geliştirilmesindeki temel sorun yabancı kelimelerin alınıp alınmayacağı konusu değil; bu kelimelerin toplumsal kültürümüzün, medeniyet tasavvurumuzun ve millet anlayışımızın harcıyla nasıl bütünleştirileceğidir. Bu aşamada dil bilimcilerimizin önünde seçme, uyarlama, değiştirme, kelime üretme, ret etme, kelimeleri birleştirme, kelimeleri bölme gibi çok sayıda seçenek vardır. Dil bilimcileri, aydınlar, bilim adamları ve kültür elçileri bu aşamada dikkatli bir değerlendirme yapmalı ve sürekli olarak halkımızın bin yıllık süre içinde geliştirdikleri medeniyet mayasını göz önünde bulundurmalarıdır. Toplumsal kenetlenme mayasına dikkat edilirse önerilen kelimeler veya terimler; halkımız, bilim adamlarımız ve uygulayıcılar tarafından çok daha kolay benimsenecektir.

### 2.3. TÜRKÇENİN SAHİP OLDUĞU KELİMELERİN KÖKENLERİ AÇISINDAN ALTYAPISI

Türkçe, dar kapsamlı bir “kavim” dili değildir. Altay dil grubu içinde değişik lehçeleri, söyleyiş biçimleri ve komşu dil gruplarından yaptığı alışverişlerle bin yılı aşkın bir süre içinde gelişerek serpilmiş bir imparatorluk, medeniyet, kültür ve nihayet bir tarih dilidir. Dillerin köken olarak değişik ulusların dillerinden kelime alarak onları kendi dil eriyiği içinde eritmeleri normal bir süreçtir. Ödünç kelime alma davranışı; öykünme, din birliği, teknolojik yenilikler, bilimsel bilginin yaygınlaşması; şiir, roman, hikaye, tiyatro gibi edebiyat ürünlerinin siyasal sınırları aşması gibi nedenlerle ortaya çıkabilir. Günümüzde dilin konuşulma ve kullanılma alanı siyasal sınırlarla değil, kültür ve medeniyet sınırlarıyla belirlenmektedir. Medeniyet ve kültür sınırları siyasal sınırlardan daha geniştir. Bu açıdan ülkemizin gerçeklerine “ulusal dil”, “Türkiye Türkçesi” dil yaklaşımı değil, “medeniyet ve kültür dili” yaklaşımı daha uygundur. *Türkiye Türkçesi* tanımlaması daraltıcı bir yaklaşımdır. Tarihi süreç içinde Türkler önce Moğol topluluklarıyla ve İslamiyet’i seçtikten sonra ise Araplarla, Farisilerle temas kurmuşlar ve bu ülkelerin dillerinden etkilenmişlerdir. Tanzimat’tan sonraki yıllarda Batı dillerinden Fransızca ve İtalyancadan ve 1960’lı yıllardan sonra ise

İngilizceden etkilenme söz konusu olmuştur. Etkileşimler bir taraftan dilimize zenginlik katmış ve diğer taraftan ise bazı zorlukların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Kelime kökenleri açısından dili kullanma ve ifadelendirmede yaşanan zorluklar aşağıdaki şu alt başlıklarda incelenebilir:

*Türkçesi varken Arapçasını veya Farsçasını kullanmak.* Milletimiz, günlük hayatta kullandığı kelimelerin etnik kökenini araştırmaz. Dilimize Arapça veya Farsçadan geçen kelimeler ana diline göre başkalaşmış, dil yapımızın içinde eriyerek artık bizim olmuş ve belli bir kullanım yoğunluğuna sahip olmuştur. Medeniyet ve millet anlayışına sahip olan insanlarımız kelime kullanma tercihini dar ulusalcı çerçevede değerlendirmez. Bu yaklaşımda esas olan; yerine göre, cümlede anlamı güçlendirmesine, meramımızı daha iyi ifade etmesine göre Arapça veya Farsça kökenli kelimelerle Türkçe kökenli kelimelerin özel bir tercih yapılmaksızın rahatlıkla kullanılabileceğidir. Uzun tarihi geçmişimizde Arapça ve Farsça kökenli kelimeler dönüşmüş Osmanlıca haline gelmiş ve Osmanlıca da Cumhuriyetle birlikte belli bir arılaştırma sürecinden geçirilerek Türkçeleştirilmiştir. Bununla birlikte toplumda bu süreçte bir çelişki ortaya çıkmıştır. Türkçeleştirilen resmî Türkçe ile halkın kullandığı Türkçe farklılaşmıştır. Halkın dil dağarcığı yanında resmî Türkçe zayıf kalmış; toplumda, eğitim kurumlarında ve üniversitelerde gereksiz ve anlamsız bir kelime tercihi münakaşası ortaya çıkmıştır. Bazı bilim adamları tez yazan öğrencilerine ya bütün kelimelerini Osmanlıca kelimeler arasından seçmelerini veya hepsini sadece öz Türkçe kelime olarak kullanmalarını önermeye başlamışlardır. Bu tutum ayrıştırıcı bir yaklaşımdır ve yanlıştır. Günümüz şartlarında daha az kullanılan Türkçe kelimelerle günümüzde daha sık kullanılan kelimelerden hangisinin tercih edileceği bu kelimeleri kullanan kişilerin eğitim geçmişine, entelektüel sermayesine, ifade kabiliyetine ve hitap ettiği kişilerin konumuna bağlı olarak değişir. Eskiden kullanılan Türkçe kelimelerle son zamanlarda kullanılan Türkçe kelimelerin birlikte kullanılması bir “serpiştirme” olarak değerlendirilmemeli tarihsel sorumluluk ve dilin zenginliğinin korunması çabası olarak ele alınmalıdır. Medeniyet ve kültür varlığımızı ancak bu şekilde koruyabiliriz.

*Türkçesi varken öz Türkçesini kullanmak.* Bu yaklaşım Osmanlıca olarak değerlendirilen kelimelerin kullanımından daha farklı bir tutumu sergiler. Konu, yoğun kullanılan ve kökeni Arapça ve Farsça olan kelimelerin yerine öz Türkçe adı verilen garip kelimelerin kullanılmasıyla ilgilidir. *Yerleşmiş Türkçe* ile dilimize zorla yamanmaya çalışan ve adına öz Türkçe denilen kelimeler birbirinden önemli ölçüde farklıdır. Halkımız, adına *öz Türkçe* denilen kelimelerin bir kısmını benimsemiş ve kabul etmiştir. Fakat, benimsenen bu kelimeler onların sağduyusuna, kültürüne, inanç ve değerlerine ters gelmeyen, inanç ve değerleriyle ilgili eş değerdeki kelimeleri tedavülden kaldırmayı hedeflemeyen nötr nitelikteki kelimelerdir. Halkımız bu kelimeleri öz Türkçe

olarak değil, normal Türkçe sözcükler olarak görmüştür. Bununla birlikte dili buran, telaffuzu zor, medeniyetimize, benliğimize ve kimliğimize ait işaretleri ve simgeleri ortadan kaldırmayı hedefleyen kelimeleri ise asla kabul etmemiştir. Bu tür kelimeler Türkçe olarak değil, “öz Türkçe” yapay dil olarak değerlendirilmiş ve bu tür kullanımlara itibar edilmemiştir. Halkımız tabii seçme yoluyla kelimeleri teşhis etmekte ve bunların içinden öz Türkçe olduğuna inandığı kelimeleri devre dışı bırakarak dil dağarcığının ana yolunda yürümeye devam etmektedir. Öz Türkçe, öz Türkçe olduğu için değil, halkımızın diline kolay gelmediği, değerleriyle bütünleşmediği, tarihi medeniyet düşüncesiyle uyumadığı, tarihi ve dini içerikli kelimelerini iptal etmeyi amaçladığı için dışlanmış ve “uydurukça” olarak nitelendirilmiştir.

*Yerleşmiş yabancı kelime varken öz Türkçesini kullanmak.* İlk bakışta doğru gözüken bu yaklaşım eğer sari ve salgın bir tutum haline gelirse toplum fertleri arasındaki iletişimi ve aynı zamanda nesiller arasındaki iletişimi engelleyen yanlış bir gelişme olarak ortaya çıkabilir. Son yıllarda bazı bilim adamları ve yazarlar; uzun yıllar içinde dilimize yerleşmiş olan ve Batı dillerinden geçmiş olan kelimeleri rasgele ayıklama eğilimi içinde olmuşlardır. Bu eğilim sonuçta; “parantez” kelimesi yerine “ayraç”, “rapor” yerine “yazıt”, “tablo” yerine “çizelge”; “kartvizit” yerine “iş kartı”; “faks” yerine “belge geçer” gibi kelimelerin kullanılmasına neden olmuştur. Kısa süre içinde ani bir şekilde ortaya çıkan bu tür değişiklikler insanlarımızın birbirleriyle iletişim kuramamalarına neden olmaktadır. Dil, zorlamalar altında tutulmamalıdır.

*Türkçesi varken Batı dillerindeki karşılığını kullanmak.* Son yıllarda ortaya çıkan bir eğilimdir. Zorunlu, bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde sergilenen bu tutumda konuşmacı veya yazar sık sık Batı dillerinden ödünç kelimeler alarak bu kelimeleri kendisine göre Türkçeleştirir veya orijinal biçimiyle kullanmaya çalışır. Bu eğilim bazen bir zorunluluğun sonucudur. Örneğin 10-15 yıl gibi uzun süreler yurt dışında kalan kişiler ülkeye geldiklerinde bir çok Türkçe kelimeyi unutmuş olduklarından kaçınılmaz bir biçimde yabancı kelimelerden destek alma ihtiyacı hissederler. Bu kişilerin tutumları yadırganmaz. Ancak uzun dönem içinde bu tür yabancı kelime kullanımlarını azaltmaları veya bu tutumu terk etmeleri arzu edilir. İkinci kesim, bilinçli olarak bir yabancı dili iyi bildiğini göstermek, kendisine aydın havası vermek, yurt dışında bulunduğunu göstermek, kelime hazinesinin zenginliğini ortaya koymak için bu yola başvurur. Bilinçli olarak sergilenen bu tutum, dil kullanım alışkanlığı açısından aslında bir zafiyeti ve naif olma durumunu yansıtır. Üniversite öğretim üyelerinden bazılarında rastlanılan bu durum yetersiz iç gelişmenin, mesleki olgunluk eksikliğinin ve evrensel dünya vatandaşlığı bakış açısının sonucudur. Bu şekilde konuşma ve yazmayı bir tür üstünlük olarak gören söz konusu kişiler bu davranışlarını çok zor değiştirirler. Üçüncü grup Türkçesi varken bilinçsizce Batı dillerindeki karşılığı olan kelimeleri kullanan kişilerdir. Daha masum görünen bu grubun davranışlarını

değiştirmesi için eğitilmesi gerekir. Bu kişilere gittikleri yolun sakıncaları iyi bir şekilde anlatılırsa davranışlarını değiştirmek için hazırdırlar. Türkçesi varken Batı dillerindeki karşılığını kullanma davranışları aşağıdaki nedenlerden dolayı ortaya çıkar:

1. Türkçe karşılığının henüz yaygınlaşmamış olması.
2. Türkçe tek bir karşılığının olmaması ve çok karşılık nedeniyle kişinin meramını tam olarak anlatamama kaygısı duyması.
3. Türkçe karşılığının henüz bulunmamış olması.
4. Türkçe karşılığının var, fakat yazar veya konuşmacı tarafından bilinmiyor olması.
5. Türkçe karşılığının istenen ağırlığı veya etkiyi vermiyor olması.
6. Türkçe karşılığının zayıf kalması.
7. Yabancı sözcüğün Türkçe sözcüğe göre daha fazla tanınıyor ve biliniyor olması.
8. Yabancı sözcüğü kullanan kişilerin bilinmezlik zırhı içinde önemli kişi olarak görünmek istemeleri.
9. Türkçe karşılığının o an için hatırlanamaması.

Dilin geliştirilmesi için sadece Doğu dilleri değil, Batı dilleri de yararlanılabilecek bir kaynak olarak görülmelidir. Doğu dillerinin Batı dillerine göre avantajı, bizim medeniyet ve kültür dünyamızın bir parçası olmasıdır. Bununla birlikte Batı dilleri de bilim ve teknoloji dili olarak ortaya çıkmış ve sadece ülkemizi değil tüm dünya dillerini etkileyen bir konuma gelmiştir. Bu nedenle Doğu ve Batı dilleri ayrımı yapmaksızın hayatın gerektirdiği şartlar çerçevesinde her iki medeniyet dünyasından da yararlanabiliriz. Bunu yaparken dikkat etmemiz gereken hususlar vardır ve bunları aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

1. Batı dillerinden teknolojik, ekonomik ve bilimsel kelime ödünç alışları yapılırken öncelikle kendi dilimizdeki muhtemel karşılıkları araştırılmalı ve kendi kelimelerimize öncelik verilmelidir.
2. Batı dillerinden kelime ödünç alışlarında veya bu kelimelere dayalı olarak kelime türetimlerinde dile kolay gelme, söyleyiş kolaylığı sağlama, akıcılık, ifade etme kolaylığı kriterlerine önem verilmelidir. Örneğin İngilizce “euro” kelimesinin karşılığı olarak Türk Dil Kurumu “avro” kelimesini önermiştir. Fakat bu kelime hâlâ gerektiği kadar yaygınlık kazanmamıştır.

Vatandaşlar kelimeyi “yuro”, “öro”, “eğuro” ve “ero” telaffuzlarıyla dile getirmeye devam etmektedirler. Aynı durum “cent” ve “sent” kelimeleri için de geçerlidir. Bu kelimeler farklı Avrupa ülkelerinde farklı şekillerde telaffuz edildiğinden doğru, orijinal telaffuz biçimini bulma yerine; halkımızın kullanımına kolay gelecek telaffuz biçimi tercih edilmelidir. Parasal ifadelendirmelerin yaygınlaşmasında dil kurumlarından çok, parayı yöneten Merkez Bankası ve diğer ticari bankalara görev düşmektedir.

3. Batı dillerinden kelime ödünç alışlarında veya buna dayalı kelime türetimlerinde “anlaşılmaz”, “sihirli”, “kapalı”, “örtülü” ifadelendirme yaklaşımlarından kaçınılmalı ve bu kelimelerin halkın günlük yaşamına girmemesine önem verilmelidir. Sinevizyon, mültimedya, home cinema vb. kelimeler sanki çok özel bir uygulamayı yansıtıyormuş gibi tanıtılmamalıdır.
4. Batı dillerinden kelime ödünç alışlarında veya buna dayalı kelime üretimlerinde Osmanlıca’da olduğu gibi kelime ve ifadelerimizin kendi dil yapımız içinde erimesine, kaynaşmasına ve başkalaşmasına dikkat etmeli aslen yabancı kökenli olsa bile artık bizim diyebileceğimiz bir yapıya kavuşturulmalıdır. Örneğin, “fax” kelimesi yerine “faks” kelimesinin; “electric” kelimesini yerine “elektrik” kelimesinin kullanılmasında olduğu gibi.
5. Batı dillerinden kelime ödünç alışları veya buna dayalı kelime türetme uğraşları kişisel girişimler düzeyinde kalmamalı komisyon çalışmalarının ürünü olarak ortaya çıkmalıdır.
6. Komisyon çalışmalarının ürünü olarak ortaya çıkan kelime ödünç alışları veya buna dayalı türetilmiş kelimeler halkımıza en yaygın bir şekilde duyurulmalı ve ayrıca Genel Ağ (İnternet) ortamında bu tür kelimeler için özel bir sözlük oluşturulmalıdır.
7. Yazarlarımızın yabancı kelimelere buldukları Türkçe karşılıklar bir süre için yadigarlanmamalı bu kelimelerin hemen yanında yabancı karşılıkları parantez içinde verilerek geçiş için uyarlanma ve düşünme imkanı sağlanmalıdır.

## 2.4. TÜRKÇENİN DÜNYADAKİ DİL GRUPLARI AÇISINDAN ALTYAPISI

Dünyadaki dil grupları; (1) Hint-Avrupa dilleri, (2) Hami-Sami dilleri, (3) Çin-Tibet dilleri, (4) Ural-Altay dilleri ve (5) Afrika'daki Bantu dilleri olmak üzere beş grupta sınıflandırılmaktadır. Türkçe bunlardan Altay dil koluna mensuptur. Türkçe, diğer dillerin aksine sadece kelime sonlarına ek alan bir dildir. Türkçede kelime kökleri değişmemesine karşılık, söz konusu kökler yapım ve çekim ekleri alır. Kökler “yapım ekleri” ile birlikte yeni kelimeler haline gelir. Yapım ekleri *yeni anlamlar* ortaya çıkarırken; çekim ekleri kelimenin yerine getirdiği görevin niteliğini belirler. *Kaşık, kaşıkçı, kaşığım* kelimeleri (a) kök, (b) yapım eki ve (c) çekim eklerini örnekletir.

Türkçenin Altay dil grupları arasında yer alması bu gruba giren çok geniş insan topluluklarının farklı lehçeler ve şivelerle aynı veya benzer kültüre, dile, değerlere ve yaşam biçimlerine sahip oldukları anlamına gelmektedir. Altay dilleri içinde halen konuşmakta olduğumuz dil, *Anadolu Türkçesi* olarak isimlendirilir. Bugün Anadolu Türkçesi; Anadolu, Trakya ve Kuzey Kıbrıs'ı da içine alarak Türk lehçeleri içindeki en büyük dil grubudur. Anadolu Türkçesi bunun dışında yabancı ülke sınırları içinde kalmış diğer Türk azınlıklarının da dilidir. Bulgaristan, Batı Trakya, Romanya, Makedonya, Irak, Almanya, Hollanda, Fransa, Belçika, İngiltere ve Danimarka'da Türkçe konuşan ve bir kısmı vatandaşımız olan çok sayıda insan vardır.

Türkçeyle ilgili ikinci dil grubu Azeri Türkçesidir. Azeri Türklerinin toplam nüfusu 25 milyon kadardır ve bunların ancak  $\frac{1}{4}$  Azerbaycan'da yaşamaktadır. Azerilerin önemli bir bölümü İran'da, Gürcistan ve Ermenistan'da bulunmaktadır. Diğer Türk lehçelerini ise şu şekilde sıralayabiliriz: Özbek Türkçesi, Kazak Türkçesi, Kırgız Türkçesi, Türkmen Türkçesi, Tatar Türkçesi, Başkurt Türkçesi, Karakalpak Türkçesi, Çavuş Türkçesi, Sors Türkçesi, Altay Türkçesi, Uygur Türkçesi, Gagavuz Türkçesi, Kumuk Türkçesi, Karaçay Türkçesi, Malkar Türkçesi, Karaim Türkçesi, Hakas Türkçesi, Nogay Türkçesi, Tuva Türkçesi, Yakut Türkçesi, Ahıska Türkçesi.<sup>8</sup>

Birleşmiş Milletlerin 1990 yılına ait istatistiklerine göre Türkçe, dünyada 165 milyon dolayında kişi tarafından anadil olarak konuşulmaktaydı. 2008 yılına gelindiğinde ise Türkçe konuşan insanların sayısının 220 milyonu aştığı tahmin edilmektedir. Türkçe dünyada hızla yaygınlaşan dillerden biridir. Buna göre Çince, Hintçe, İngilizce ve İspanyolcanın arkasından en yaygın olarak kullanılan beşinci dil olma özelliğine sahiptir.

Hint-Avrupa dilleri grubunda yer alan Avrupa dilleri de kendi içinde üç alt bölüm halinde sınıflandırılır: (a) Slav dilleri, (b) Germen dilleri ve (c) Latin dilleri. Slav dilleri; Rusça, Bulgarca, Sırpçayı; Germen dilleri Almanca, İngilizceyi; Latin dilleri ise İtalyanca, Fransızca, İspanyolca'yı içerir. Avrupa dilleri içinde Latin ve Germen dilleri arasındaki geçişler kolay olmasına karşılık Germen dilleriyle Altay dilleri arasındaki geçişlerin zor olması veya benzerliklerinin az olması sonuçta dil öğrenimini zorlaştıran bir işlev görür. Bin yıllık tarihi geçmişimizde Türk-Altay dilleri daha çok Hami-Sami dilleriyle kültürel alışverişlerde bulunmuşken son iki yüz yıldır bu alışverişler tersine dönmüş ve daha çok Germen ve Latin dil aileleriyle olan alışverişler ve dil etkileşimlerinin arttığı bir döneme girilmiştir. Dil aileleri arasındaki etkileşim dilimize sadece yeni kelimeler katmamış aynı zamanda dilin yapısını da etkilemiştir ve etkilemeye devam etmektedir. Devrik cümle yapılarının ortaya çıkması, ek ve takılarda geleneksel takılar yerine yabancı kelime ve ifadelerdeki takıları tercih etme eğiliminin güçlenmesi, belirsiz tanımlamalar bu yeni dönemin özellikleridir. Küreselleşme ve dünya milletlerinin birbirlerinden daha çok kelime alışverişinde bulunmalarıyla birlikte kelime hazineleri ve dil yapılarında da önemli ölçüde değişiklikler olmaya başlamıştır. Kendi doğal seyrinde ortaya çıkan gelişmeler ve alt düzeydeki değişiklikler insanları rahatsız etmez. Ancak zorlama yapı değişiklikleri, yabancı kelimeleri bilinçsiz ve duyarsız bir şekilde kabul etme davranışı küreselleşme gelişmesiyle açıklanamaz. Bir milletin tarihi kimliğini bulanıklaştıracak ve suyun kimyasının bozulmasına neden olacak bu tür gelişmeler kaygı uyandırır.

Dil aileleri yapısı açısından ele aldığımızda ülkemizin önem vermesi gereken konulardan biri ticari, endüstriyel ve teknolojik gelişmenin hızlandırılması için Türk dilleri ve lehçelerini kullanan insanların daha fazla etkileşim içine girerek birbirlerini tanımalarıdır. Kimisi sönükleşmiş ve az kullanılan, kimisini telaffuz biçimiyle tanımakta güçlük çektiğimiz kelimeleri yeniden hatırlayarak veya farklı söyleniş biçimlerini tanıyarak ulusal sınırlar ötesinde geniş millet anlayış ve tasavvurunu, medeniyet duygumuzu daha fazla güçlendirebilir ve ticari ilişkilerimize daha fazla ivme kazandırabiliriz. Dili koruma, aynı zamanda geniş dil ailesi içindeki kelimeleri pekiştirmeyi ve gerektiğinde geliştirmeyi sağlamakla olur. Irkçı yaklaşımlardan uzak olarak böyle bir gelişmeyi sağlamak tarihi bir görevdir. Son yıllarda bu anlamda başlayan Dil Kurultaylarının ve Dil Olimpiyatlarının giderek daha fazla desteklenmesine, TV yayınlarının Altay dillerinin konuşulduğu tüm topraklara yaygınlaştırılmasına ve yayın saatlerinin artırılmasına ihtiyaç vardır. Lehçeleri farklı olsa bile benzer kelimeleri kullanan insanların yaşadığı duygusal birlik zenginliği, ortak medeniyetin insanı oldukları düşüncesi hiçbir ticari veya siyasi kazançla karşılaştırılamayacak kadar değerlidir.

## 2.5. TÜRKÇENİN TOPLUMSAL-KÜLTÜREL YAPI BÜTÜNLEŞİKLİĞİ

Dilin toplumsal yapıyla bütünleşik veya toplumsal yapıdan bağımsız olduğu konusu bilim adamlarının tartışma alanı olarak görülmektedir. Dilin toplumsal yapıdan bağımsız olduğuna ilişkin örnekler olduğu gibi, bütünleşik olduğunu ve dilin toplumu güçlü bir şekilde etkilediğini gösteren örnekler de vardır. Örneğin, Azerbaycan halkı büyük ölçüde Türkçeyi kullanmasına karşın toplumsal yapılarında kendilerini Türk olarak değil, Azeri olarak tanıtır. Bununla birlikte Azerbaycan'da, Türkmenistan'da, Afganistan'da, Irak'ta hatta Kırım'da farklı devlet bünyelerinde bulunsalar da dillerini ve toplumsal kimliklerini bir olarak gören büyük toplumsal kitleler söz konusudur. Dil-toplumsal yapı bütünleşikliğini tek başına diğer faktörlerden soyutlayarak ele alamayız. Dil-toplumsal yapı bütünleşikliği uzun yıllar ortak yaşanan tarihten, dini inançlardan, etnik kaynaşmalardan, ortak kaderden, ortak devlet-imparatorluk yapıları altında bulunmaktan etkilenmektedir. Konuyu Türkiye açısından ele alırsak Türkçeyi, etnik bir ırka işaret etse de söz konusu ırkın öz dil çerçevesini aşan bir konumda değerlendirmek gerekir. Türkçe bir devlet dili değil, imparatorluk dilidir, imparatorluğu da aşan bir tarih dilidir. Kuşkusuz Osmanlı İmparatorluğunun bugünkü anlamda tüm toprakları kuşatacak resmî bir dili olmamıştır. Fakat Mısırdan, Viyana'ya, Mekke ve Medine şehirlerine ve İngiltere'ye kadar tüm yazışmalar Türkçe gramerinin ağırlık kazandığı Osmanlıca ile yapılmıştır. Örneğin, Osmanlı padişahının şu sözleri bir fikir verecek niteliktedir: "Side-i Saadetime mektuplar gönderip, Eğirdir kasabası ceziresinde 18 bab kınışa olup..." Görüldüğü gibi Türkçenin gramer ve söz dizini yapısına değişik ırk ve etnik köken dillerinden kelimeler, edatlar ve zarflar monte edilmiştir. Osmanlıca'da Arapçadan, Farsçaya; Türkçeden Fransızcaya ve Yunancaya kadar binlerce kelime bulunmaktaydı ve bu özelliğiyle etnik toplumların karmasını yansıtan bir imparatorluk diliydi. Birinci dünya savaşından sonra ulus devletlerin ortaya çıkmasıyla birlikte Osmanlıca, coğrafi ve fiziki alandaki büzülmeyle benzer bir şekilde çekilmiş, küçülmüş ve Türkçe olarak ortaya çıkmıştır. Ancak bu Türkçe, bir yönüyle hâlâ Osmanlıcadır. Çünkü Osmanlıca sadece bir imparatorluk dili değil, bir medeniyet diliydi ve toplumumuz da kendisini o medeniyetin asli unsuru olarak görüyordu. Coğrafi çekilme ve akabinde dilsel çekilme toplumumuzun medeniyet tasavvurunda hiçbir değişiklik meydana getirmemiştir. Böyle olunca Türkçe aynı zamanda bir medeniyet dili olmak zorundadır. Halkımızı köklerinden koparmak isteyen bazı kesimlerin Türkçeyi dini ve toplumsal muhtevasından tecrit ederek etnik köken dili haline getirme gayretleri başarısız kalmaya mahkumdur. Bizim için Türkçe bin yılı aşan tarihi süreç içinde toplumsal ve kültürel yapıyla uyumlu, dini inançlarımız ve yaşantımızla bütünleşmiş, kaynaşmış bir dildir. Onu değerlerimizden, inançlarımızdan kopararak renksiz, kokusuz bir varlık olarak görmek bu millete yapılacak en büyük kötülük olacaktır.

## 2.6. TÜRKÇENİN TOPLUMUN DİNİ İNANÇLARIYLA BÜTÜNLEŞİKLİĞİ

Türkçe, toplumumuzun dini inançlarıyla bütünleşik bir dildir. Her dilin kelime hazinesi besleyen çeşitli kaynaklar vardır ve bunların en önemlisi dindir. Türkler bin yılı aşkın süredir İslamiyet'i seçmiş olan bir toplumdur. Bu uzun tarihi geçmiş içinde İslam dini referanslı binlerce kelime dilimize girmiş, Türkçeyle kaynaşmış, Türkçeye dönüşmüş veya orijinal dildeki biçimiyle kullanılmıştır. Son 70-80 yıl dikkate alınmazsa milletimiz, kullandığı dilin etnik kimliğini hiç sorgulamamıştır. Geniş Osmanlı toprakları etnik kökene dayalı dil anlayışı yerine aynı dine inanan insanların oluşturduğu ve dillerin bir ölçüde birbirine geçtiği ve bir ölçüde de ayrıştığı "İbrahim milleti" dilini kullanmıştır. Evet artık Osmanlı İmparatorluğu altında yaşamıyoruz. Cumhuriyetle birlikte ulus devlet yönetimine geçilmiş ve dilde de bir arılaşma ve daha fazla Türkçe kelimelere dönme çabalarına girişilmiştir. Ancak bu çabalarda bazen ölçü kaçmış, milletimizin hafızasına nakşedilen dini içerikli kelimelere dahi müdahale edilmeye başlanmıştır. Bu tür girişimler yanlış olmuştur. Milletimiz dini inançlarını koruduğu sürece bu kelimeler var olacak ve varlığını sürdürmeye devam edecektir. Dildeki arılaştırma çabalarından sonra günümüz Türkçesiyle dini hayat arasındaki sorunları belirli alt başlıklar altında inceleyebiliriz.

**İbadet içerikli kelime ve terimlerin Türkçeleştirilme çabası.** Dil bilimcilerinin bir kısmı aslen ibadet içerikli olan kelimeleri Türkçeleştirme çabası içine girmiştir. Bu kelimeler toplumumuz tarafından hiçbir zaman kabul edilmemiştir ve asla kabul edilmeyecektir. Ezanın Türkçeleştirilmesi bunlar arasındadır. Dünya Müslümanlarının ortak dili ve toplanma daveti olan ezanın Türkçeleştirilmesiyle Müslümanların küresel kimlik bağlantıları zayıflatılıp ulusal kimlikleri güçlendirilmek istenmiş, fakat bu plan ne kabul görmüş ne de tutmuştur. Milletimiz kendi Türk kimliği yanında uluslararası Müslüman kimliğini ve Dünya Müslüman kardeşliği düşünce ve duygularını korumaya devam etmiştir. Bunun yanında Allah yerine Tanrı; kader yerine yazgı; ahret yerine "öteki dünya" ve ramazan ayında televizyonlarda "bismillahir-rahmani-rahim" yerine "esirgeyen ve bağışlayan adıyla" sözcüklerinin kullanılması ve bu kullanımın önerilmesi yapay, ruhsuz ve titreşimsiz "sanal bir din terminolojisi" olarak değerlendirilmiştir.

**Muamelat ve ükubat içerikli kelimelerin Türkçeleştirilmesi.** İslam dini insanların sadece ibadet ve ahiretle ilgili fiillerini düzenlemez. Bunun yanında; insanın insanla ve insanın devletle olan münasebetlerini de tanzim eder. Bu uygulama biçimine dini terminolojide "muamelat" adı verilmektedir. Öte yandan insanların şehirlileşmiş bir toplum olarak belirli kural ve kaidelere bağlı biçimde yaşamalarını, güvenlik ve asayişe uymalarını sağlayan ve uyulmadığı durumda ise cezalandıran kurallar ve sistemler topluluğuna ise "ükubat" adı verilir. İslam'da

din ve devlet ayrımı olmadığından muamelat ve ukubat içerikli binlerce kelime yine milletimizin hafızasına nakşolmuştur. Halkımız bu türdeki kelimeleri yine kullanmaya devam etmektedir. Günümüzün ulus devlet anlayışı bu kelimeleri önemli ölçüde Türkçeleştirmiş olsa da bu kelimelerden zaman zaman birinin ve zaman zaman diğerinin kullanılması normal karşılanmalıdır. Örneğin; adabı muâşeret, tadili erkan, mütedeyyin, münevver, münafık, kafir, müreffeh, muktedir, teşkilat, müteşebbis, müşahede, müşahhas, mukayese vb. gibi kelimeler günlük toplumsal yaşantımızla yakından ilgilidir. Hukuk dilinde yaygın olarak kullanılan Osmanlıca kelimelerin üniversitelerin diğer fakültelerinde ve toplum hayatında daha az kullanılmasının teşvik edilmesi ve *Türkçe Sözlük*'te “eskimiş” olarak yaftalanması anlaşılır bir tutum değildir. Önerimiz; Türkçe sözlükteki kelimelerin, halkımızın dağarcığı gözden geçirilerek daha da zenginleştirilmesi ve Osmanlıca kelimeleri damgalama uygulamasından vazgeçilmesidir. Bu kelimeleri Arapça veya Farsça kelimeler olarak nitelendirmek doğru değildir. Çünkü, kökenleri Arapça ve Farsça olsa bile bu kelimeler yazım ve ifadelendirme biçimleri itibarıyla bir takım değişikliklere uğramış ve Osmanlıca haline gelmiştir. Türkçe sözlüklerimizi Osmanlıca kelimelerle zenginleştirmesek nesiller arası uyuşma ve anlaşma zorlaşacak, dilimiz kısırlaşacak ve sonuçta kültür ve sanatımızın atılım yapması zorlaşmış olacaktır. Dil ve kelime hazineleri suni bir şekilde resmîleştirilemez. Milletten kopuk ulusal dil ve sözlük oluşturma çabaları karşılığında alternatif sözlüklerin ortaya çıkmasına neden olur. Böyle bir durumda milletimiz kendi dağarcığını daha iyi yansıtan sözlüklere itibar eder.

## 2.7. TÜRKÇENİN BİLİM DİLİNE UYGUNLUĞU

Dilleri, *bilim diline uygun olanlar ve olmayanlar* şeklinde sınıflandırma temelsiz bir yaklaşımdır. Bilimler, belirli diller içinde gelişir ve kendi terminolojisini oluşturur. Bilimsel kavramlar geliştirildiği ülke dilinin veya dil ailesinin çağrışımlarını, söz dizimlerini, kelime bileşimlerini, kısaltmalarını, söz düşmelerini veya yakıştırmalarını kullanır. Bu nedenle çoğunlukla geliştirildiği ülkenin kokusuna ve rengine sahiptir. Bir dilin bilim diline uygun veya uygun olmadığı değerlendirmesini yapmak yerine bilimsel terim ve kavramların diller arasında aktarma yapmaya ne derece uygun olduğunu değerlendirmek daha tutarlı bir yaklaşımdır. Anglosakson dil ailesi kendi içinde belli bir yakınlık ve akrabalık ilişkisine sahiptir. Bu dillerin konuşulduğu ülkeler arasında terim ve kavramlar daha çabuk aktarılabilir ve paylaşılabilir. Farklı dil ailesi grupları arasında ise aktarma yapmak, özellikle bilimsel altyapı benzerlikleri yoksa oldukça zordur. Bilim diline uygunluk, bilim üreten ülkelerin kültürel benzeşikliğiyle, bilim üretme kapasitesiyle, kendi ana dilinde terminoloji üretme ve yaygınlaştırma kapasitesiyle, üretilen bilimsel kavram ve terimleri toplumun dini değer ve inançlarıyla çatıştırmama ilkesiyle yakından ilgilidir. Bizim esas eksikliğimiz, bilimsel kavram üretme konusundaki kapasite düşüklüğümüz,

bilimsel alışverişlerdeki yetersizliğimiz, terim ve kavramları Türkçeleştirme konusundaki yeteneksizliğimizdir. Bilim dili aynı zamanda iş hayatının dilini oluşturur. Fabrikalar, iş adamları, ticaret erbabı bilim alanında üretilmiş kavramlar ve terimler çerçevesinde düşünür ve hareket eder. Örneğin; kalite güvence ve yönetim sistemi, iş mükemmelliği, kalibrasyon, akreditif, menşe şahadetnamesi, provizyon, performans bu tür bilimsel terimlerdir. Bu kelimeleri kullandığımız zaman iki tür duygu yaşarız. Birincisi tek tek anlamını bildiğimiz, fakat ikisi veya üçü bir araya geldiğinde anlamlandıramadığımız ifadeler karşısında şaşırıp kalmamızdır. İkincisi ise aslen yabancı ülke kökenli olan kelimelerin karşısında dilimizin ve sonuçta kültürümüzün yetersiz kaldığı hissini yaşamamızdır. Bilim üretme konusundaki eksikliklerimizi bir engel olarak görmeden dilimizi daha etkili, terim ve ifadeleri Türkçe kullanıma daha uygun ve daha da Türkçeleşmiş bir biçimde kullanamaz mıyız? Bu sorunun cevabı bilinç ve duyarlılık geliştirmeye bağlıdır. Bunun için MÜSİAD üniversite camiamıza, iş ve ticaret adamlarımıza yönelik olarak aşağıdaki önerileri getirmiştir.

*Yabancı kavram ve terimlerin Türkçeleştirilmesi.* Yabancı kavram ve terimler ilke olarak Türkçeleştirilmeli ve varsa yakın anlamlı Türkçe kelimeler tercih edilmelidir. Türkçeleştirme konusunda bilim adamları; (a) orijinal yeni kelime türetme, (b) öz Türkçeleştirme, (c) en yakın kullanılan Türkçe bir kelimeyi tercih etme gibi seçeneklere sahiptirler. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, “bilim dilinin” halkın kullandığı dile yakın olmasıdır. Aksi halde halkın anlamadığı, anlamasının zor olduğu, sadece belli bir kesimin anladığı şifre bir dil ortaya çıkar. Bu yaklaşım ülkemizde bilimi geliştirmeye hizmet etmeyeceği gibi, aydınların halka yabancılaşması sonucunu doğurur. Bilim, bilim için değil; toplum ve insanlık için yapılmalıdır. Türkçeleştirilemeyen veya Türkçeleştirilmesinin doğru olmayacağı düşünülen evrensel nitelikte bilim diline özgü terim ve kavramlar en alt seviyede tutulmalı ve azaltılmalıdır.

*Kavram ve terimleri standartlaştırma komisyonları oluşturma.* Yabancı kavram ve terimler Türkçeye çok farklı kelimeler olarak çevrilmekte veya bu amaçla çok farklı kelimeler türetilmektedir. Sonuçta bilim adamları, iş adamları ve ticaret erbabı anlaşma zorluğu içine düşmekte ve hatta bir çok konuda iş ve işlemler mahkemelik olmaktadır. Bunun çözümü kendi alanında yetkin insanlardan oluşan “terim ve kavram standartlaştırma komisyonları” oluşturmaktır. Bu komisyonların görevi tartışmalı olan ve aynı zamanda çoklu bir biçimde ifade edilen terimleri gözden geçirerek bunlardan birini seçmeleri ve bunu kamuoyuna tek kavram veya ifade olarak yansıtmalarıdır. Çoklu kullanım biçimi, halkta kaçınılmaz olarak “dilin yetersizliği” olarak algılanmaktadır. Yetersizlik dilde değil, mutabakatların ve anlayış birliğinin oluşturulamamasındadır. Öte yandan terim ve kavramların kültürel çağrışımları, bağlantıları geniş olduğundan herhangi bir *tekleştirme* çalışması terimleri güdük bırakabilir. Bu nedenle bir

tarafından tekli kullanım biçimi üzerinde mutabakat sağlanmalı ve diğer taraftan yabancı bilimsel terim ve kavramlarla ilgili olarak bilim adamlarının yaratıcılığına, düşünce ve ifade biçimlerine sınırlama getirilmemelidir. Bilimsel terimler; lokomotif Türkçe çevirisi ve aynı zamanda bilim adamlarının vagon olarak nitelendirilebilecek farklı isimlendirme uygulamalarıyla serbest bir şekilde gelişmelidir. Örneğin İngilizce “stress” kelimesinin Türkçe karşılığı konusunda tam bir mutabakat sağlanamamıştır. Bazı bilim adamları kelimeyi tek “s” harfiyle “stres” biçiminde yazar ve kullanırken, bazıları “zorlanma”, bazıları da “gerilim” kelimesini tercih etmişlerdir. Bilim dünyasında belli bir mutabakatın olmaması sonuçta vatandaşlarımızın kaçınılmaz olarak yabancı kelimeyi tercih etmelerine neden olmaktadır. Türkçenin bu tür yabancı kelimelerden arındırılması bilim adamlarımızın konuşmalarında ve yazılarında komisyon çalışmalarıyla üzerinde mutabık kalınmış kelimeleri kullanmalarına bağlıdır. Üniversitelerimizin bir an önce bilimsel terminoloji oluşturma komisyonları kurmaları ve çalışmalarını gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu komisyonlar geçici değil, sürekli olarak çalışmalı ve ulaştıkları sonuçlar üniversitelerarası kurul tarafından ilan edilerek akademik bir kural haline getirilmelidir.

*Yeni kavram üretme.* Yeni kavram üretme; bilimsel çalışmaların sonucunda gerçekleşir. Kavram ve terim açısından dışa bağımlılığımızı azaltmamızın yolu bilimsel çalışmaları artırmak ve yeni üretilen kavramları hoşgörüyle karşılamaktır. Bilim adamları kendi mantık örgüleri içerisinde sürekli yeni kavramlar, terimler ve deyimler üretirler. Dilin ve bilimin gelişmesi bu süreci hoşgörüyle karşılamamızdan geçer. Kendi bilim adamlarının ürettiği kavram ve terimleri beğenmeyen toplumlar, sonuçta yabancıların geliştirmiş olduğu kavram ve terimleri kullanmak zorunda kalırlar.

*Türkçe sözlüklerin bilimsel kavramlar açısından zenginleştirilmesi.* Türkçe sözlüklerimiz şiir, hikaye, roman, kompozisyon gibi edebiyat dallarının terimleri açısından zengindir. Diğer bilim dallarının terminolojisi açısından incelediğimizde sözlüklerimizin oldukça yetersiz kaldığını görürüz. Böyle bir durumda bilim dallarının terminoloji ve deyimler sözlükleri devreye girer. Söz konusu deyimler sözlükleri de belli bir mutabakat çerçevesinde hazırlanmamıştır. Böyle olunca bilim dili gelişmemekte, yaratıcı ve yenilikçi zihinler kendilerini belli bir karmaşa içinde bulmaktadırlar. Bu anlamda üniversitelerin değişik ana bilim dallarında yazılan makalelerdeki kelimelerin önemli bir bölümü Türkçe sözlükte yer almaz. Bunların içinde bilim adamlarının Türkçeleştirdikleri önemli sayıda kelime vardır. Bu kelimeler yasalara girmiş; öğretim üyelerinin, halkın, iş dünyasında yaşayan kişilerin diline yerleşmiştir, fakat nedense hâlâ *Türkçe Sözlük*’e girememiştir. Psikoteknik, psikometrik, varyans, mod, medyan gibi kelimeler bunlar arasındadır. Türkçe sözlüğe giren bazı kelimelerin açıklamalarında ise

edebiyatçıların kullandıkları anlamlar ön plana çıkarılmış, kelimenin muhtemel diğer anlamları dikkatli bir şekilde araştırılarak daha kapsamlı açıklamalar yapılmamıştır.

*Birleşik ve ayrı yazılan sözler, terimler ve deyimler sözlüğü.* Türkiye acil olarak resmî nitelikte birleşik ve ayrı yazılan sözler, deyimler ve terimler sözlüğüne ihtiyaç duymaktadır. Bu konu üniversitelerin ilgi alanına bırakılmıştır, fakat böyle olunca tam bir kullanım karmaşası ortaya çıkmıştır. Üniversitelerde genç bilim adamlarının bilimsel bir yazı yazmalarını zorlaştıran önemli öğelerden biri de yabancı bir kavramın karşılığı olarak eleştiri almayacakları bir Türkçe karşılık bulmaktır. Doktora sınavlarından doçentlik sınavlarına kadar bu sorun akademik personelin sürekli olarak karşısına çıkmaktadır. Biz, mutabakatlara dayanmayan bu yaklaşımımızla gereksiz yere birbirimizi zorlamakta ve hırpalamaktayız. *Birleşik ve Ayrı Yazılan Sözler, Terimler ve Deyimler Sözlüğü* yoğun bir şekilde yazım faaliyeti içinde olan kişiler mutlak bir ihtiyaçtır. Örneğin, “nakş olmuştur” kelimesinin birleşik mi yoksa ayrı mı yazılması gerektiği kuralını hatırlamayabiliriz. Bu tür az kullanılan ve hatırlanmasında güçlük çekilen kelimelerin yazım biçimini öğrenmek için *İmla Kılavuzu* yerine sadece bu amaç için hazırlanmış bir sözlüğe bakarak öğrenebiliriz. Çağımız özelleştirilmiş bilgiye ulaşma ve pratik olma duyarlılığını gerektirmektedir. “Bilim dili” ve “kullanılan Türkçe” uyumunu sağlamak için aşağıdaki önlemler alınabilir:

1. Evrensel ortak dil niteliği olmayan ve simge niteliği taşımayan tüm yabancı bilimsel terimler yerine Türkçeleri kullanılmalıdır. Bunun için bu kelimeler Türkçeleştirilmelidir.
2. Her bilim dalında Türkçeleştirme çalışmaları için komisyonlar oluşturulmalı ve bu komisyonlar öncelikle mevcut kelimelerimiz arasından uygun bir kelime bulmaya çalışmalıdır.
3. Evrensel niteliği olan yabancı kelimeler dikkatle belirlenmeli ve bu kelimeler komisyon kararına bağlı olarak orijinal haliyle kullanılabilmelidir.
4. Üniversitelerde hazırlanan tezlerde yabancı kavramların Türkçe karşılığı yazıldıktan sonra parantez içinde yabancı dildeki karşılığını gösterme uygulamasından vazgeçilmeli terimler italik veya koyu siyah biçimle yazılarak belirgin hale getirilmelidir.
5. Üniversitelerarası kurul devreye girerek yabancı terim ve kavramların komisyonların mutabakata vardıkları Türkçelerini bütün Türkiye’ye ilan etmeli ve böylece yüksek lisans ve doktora öğrencilerine yönelik kullanım eleştirileri ortadan kaldırılmalıdır.

6. Bilim adamları terim, kavram ve deyim geliştirme konusunda teşvik edilmeli ve aynı zamanda bu terimlerin ülke çapında yaygınlaşması için “yeni gelişen kavram ve terimler” sözlüğü İnternet ortamında yayınlanarak halkın kullanım ve beğenisine sunulmalıdır.
7. Bilimsel terim ve kavramlara Türkçe karşılık aranırken “Öz Türkçe” iddiasıyla kullanımı zor, garip, dili buran ifadelendirme biçimlerinden kaçınılmalı akıcılığa, halkın anlamasına ve kolay ifadelendirmeye önem verilmelidir.
8. Dilin geliştirilmesi için fakülteler ve ana bilim dalları arasında terminoloji geliştirme sempozyumları yapılmalı ve sempozyumlar aynı zamanda belirli kavram ve terimler için mutabakat oturumları olarak kullanılmalıdır.
9. Bilim adamları bilimsel terimlere sadece karşılık bularak kenara çekilmemeli aynı zamanda bu terim ve ifadeleri açıklayan açıklama sözlükleri hazırlamalı ve böylece konuyu bir kelime karşılığı bulma olgusundan çıkararak dili ve bilimi geliştirme aracı olarak görmelidirler.
10. Yabancı kelimelere karşılık bulma konusu aynı zamanda kelimelerin yazım biçimi konusuyla birlikte ele alınarak değerlendirilmelidir. Örneğin bu kapsamda “çupalı dereceleme ölçeği” mi yoksa “çipolu dereceleme ölçeği mi” gibi yazım tartışmalarına son verilmelidir.

## **2.8. TÜRKÇENİN TEKNOLOJİK TERMINOLOJİYE UYGUNLUĞU AÇISINDAN ALTYAPISI**

Bilim ve teknoloji, kendi terminolojisi ile birlikte gelişip büyür. Bu nedenle teknolojinin dili aynı zamanda onu geliştiren ülkenin ve kültürün dilidir. Asıl geliştirildiği kültürün dışına çıkarıldığında bütün teknolojik terim ve kelimeler çevrilme güçlüğüyle karşılaşır. Ülkemizde bazı kişiler bu güçlüğü görerek ve yaşayarak “Türkçenin teknolojik bir dil olmadığı” kanaatindedirler. Dilin teknolojik yapıya uygun olup olmadığı, teknolojinin geliştirildiği kültürle olan akrabalık derecesine bağlıdır. Dil, aynı veya benzer kültür ve medeniyet ailesi içinde ise kelime alış-verişleri kolaylaşırken, farklı kültür ve medeniyet grupları içinde bu tür değişimler zorlaşır. Bize göre Türkçenin teknolojiye uygun olmadığı görüş ve iddiası doğru değildir. Yapamadıklarımız ve eksikliklerimiz vardır. Bu yüzden Türkçe yerine yabancı teknolojik terim ve kavramları kullanmakta ve sonuçta bir anlamda tembelliğimize bahaneler aramaktayız. Eksikliklerimiz şunlardır:

1. ARGE ve teknoloji üretme çabalarımızın düşük olması ve bunun sonucunda da kendimize özgü teknoloji terminolojisini üretemiyor olmamız.

2. Yabancı teknolojik terimleri üretme konusunda bilim adamlarımızın belli bir gayret içinde olmaması veya eğer varsa bu tür gayretleri yeterince değerlendiren gün yüzüne çıkarmamamız.
3. Yabancı terimleri olduğu gibi kabul ederek ve kapalı bilimsel alanlar oluşturarak psikolojik sınırlar çizmemiz ve bilimi böylece halktan uzak, erişilemez bir hale getirmemiz.
4. Terim geliştirme veya terimleri Türkçeye tercüme etme konusunda “anlaşılmayacağımız” endişesini, olması gerekenden daha fazla duymamız ve bu nedenle pasifleşmemiz.

Türkçeleştirilmiş teknolojik terminoloji belki yavaş yayılır ve yavaş benimsenir. Fakat uzun bir tarihi geçmişe sahip ülkemiz için on yılların veya yirmi yılların bir kelimenin benimsenmesi için geçmesi fazla bir süre değildir. En büyük sorun bu sürenin başlatılmaması veya geciktirilmesidir.

Bu konuda yaşanan zorluklardan biri de yabancı kökenli teknolojik bir terime bilim adamlarının birden fazla anlam vermeleri ve sonuçta insanların farklı terim ve kelimeleri kullanarak görüş ve düşüncelerini anlatmaya çalışmalarıdır. Bilimsel komisyonlar kurulup tercihler ortaya konmadığı sürece bu sorunlar devam edecektir. Fakat 5-10 yıllık bir süreçte önerilen kelimelerden bir veya ikisi daha fazla tutunacak ve diğerleri tabii olarak elenecektir. Önemli olan tutunma ve elenme sürelerini kısaltmak ve Türkçe karşılıklarının bir an önce yerleşmesini sağlamaktır. Türkçenin denizcilik, havacılık, tıp, ekonomi, işletme, hukuk, mühendislik ve sanat alanlarındaki teknoloji kelimelerini güncellemesi belki onlarca yıl sürecektir. Fakat bu çabanın etkili olabilmesi için öncelikle üniversitelerin ana bilim dallarının sorumluluk üstlenmeleri ve yeni göreve başlayan araştırma görevlilerine Türkçe kullanma konusunda rehberlik etmeleri gerekir. Geleceğin bilim adamı olacak bu kişilerin kürsülerin politikalarını benimsemeleri halinde teknik terimlere Türkçe karşılık bulma konusu sorun olmaktan çıkacaktır. Bu konuda duyarlılık, çaba ve hoşgörü temel ihtiyacımız olarak ortaya çıkmaktadır.

### 2.9. TÜRKÇENİN TİCARİ DİLE UYGUNLUĞU AÇISINDAN ALTYAPISI

Türk'lerin tüccar millet olmadıkları genel bir kanaattir. Tarihte böyle olmadığı gibi 20. yüzyılda ve nihayet 21. yüzyılda da tam bir ticaret toplumu olduğumuzu söyleyemeyiz. Ticaret, günümüzde olduğu gibi tarihte de evrensel bir niteliğe sahipti. Böyle olunca tabiatı gereği bünyesinde veya ticari işlemlerde çok sayıda yabancı kelime vardır. Ticari dilimizdeki yabancı kelimeler büyük ölçüde İngilizce ve Fransızcadan geçmiştir. İngilizlerin ticareti küresel çerçevede

yaygınlaştırmalarıyla birlikte bu kelimeler, kısaltmalar ve simgeler artık neredeyse bütün dünyanın “ticaret dili” haline gelmiştir. Bununla birlikte son yıllarda ülkeler kendi sınırları içinde yapılan ticari işlemlerde bu kelimeleri ana dillerine çevirmeye büyük önem vermeye başlamışlardır. Bu gerçek Türkiye için de geçerlidir. Sadece Cumhuriyet sonrasını dikkate alsak bile söz konusu yabancı ticari kelimelerin Türkçeleştirilmesinde önemli gelişmeler olmuştur. Dünyada dillerin ve ticari ilişkilerin dinamik yapısı bu yöndeki çalışma ve çabaların hiç kesilmeden devam ettirilmesini gerektirmektedir. Çünkü her gün yeni ticari kavram ve kelimeler üretilmekte ve bu kelimelerin hızla ana dile kazandırılması bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Türkçenin ticari dile uygunluğu gibi anlamsız bir tartışmaya girmeden şunu belirtmek gerekir ki, Türk bilim adamlarının, iş adamlarının ve yöneticilerinin bu konuda ne derece duyarlı ve gayretli oldukları önemlidir. Ticari dilin sürekli bir biçimde Türkçeleştirilmesi ve güncelleştirilmesi kendi alanında önder olan yazarların, bilim adamlarının, devletin, devlet adamlarının ve siyasilerin gayretlerine ve duyarlılıklarına bağlı olarak gelişecektir. Ticari dil, ne geçmiş yüzyılda kalmalı ne de nesiller arası farklılık yaratacak bir düzlemde gelişme göstermelidir. Dengeler korunmalı ve toplumumuzun her yaştan tüm kesimlerinde kabul ortamı doğuracak şekilde ele alınmalıdır.

### **3. ALIŞVERİŞ HAYATI VE TÜRKÇE**

Bu başlığı “Toplum Hayatı ve Türkçe” şeklinde de kullanabilirdik. Fakat amacımız toplumun değişik kesimlerinde Türkçenin kullanımından çok ticari hayatta Türkçenin kullanım sorunlarını ele almaktır. Ticari hayat; alışverişler, pazarlama ve tanıtım uygulamaları yaşayan Türkçenin can damarlarını oluşturur. Ticari hayatta Türkçe kelimeler yavaş yavaş yerlerini yabancı kelimelere bırakmaya başlamışsa kan dolaşımımızı sağlayan ana arterler plak oluşturmaya ve milli kültürümüz kriz geçirmeye aday demektir. Konuyu belirli alt başlıklar altında inceleyerek görüş ve önerilerimizi belirtmek istiyoruz.

#### **3.1. TİCARİ HAYATTA MARKA BELİRLEME VE TÜRKÇE**

Ticari hayatın motoru markadır. Şirketler ürün ve hizmetlerini topluma markalar (belirtkeler) aracılığıyla tanıtır. Bir marka kurumun satış gücü, kimliği, adresi, kişiliği, güvenilirliği, tanınırlığı ve ürün-hizmet garantisidir. Marka prestij ve aynı zamanda şirketin soyut değeridir. Böyle olunca markanın bir ad, bir simge, görsel bir tasarım olarak ortaya konması; (a) içinde yaşanılan kültürle bağlantılı olarak veya (b) şirketin satış hedefinin coğrafi genişliği dikkate alınarak belirlenir.

Toplumun kültürü, özgüveni ve kimlik tasarımı marka yönelimini etkiler. Bir çok kişi marka belirleme çalışmalarında yabancı kelimeleri tercih ettikleri için ticaret erbabını, iş adamlarını kınar. Hatta bu konuda iş adamlarına ve ticaret erbabına belirli yasaklamalar getirilmesini savunun kişiler vardır. Türkçeyi koruma adına savunulan bu görüşler ne ölçüde doğru ve tutarlıdır? İş adamları ve ticaret erbabı milletin nabzını çok iyi tutan kişilerdir. Onlar şirket isimlerinde, markalarında yabancı kelimeleri kullanırken kendi kişisel iradelerinden çok satış yapılacak hedef kitlenin özelliklerini ve isteklerini göz önünde bulundururlar. Eğer bu düşünceden hareket edersek şirket isimlerinde ve markalarında yabancı kelime tercihinin şirketin sahipleri değil tüm bir toplum koydurmuş olur. Çünkü öz güveni, öz yeterliliği bir şekilde düşürülmüş veya öz disiplinini kaybetmiş olan toplumlar tam tersine disipline olmuş toplumların ürünlerine daha fazla rağbet ederler. İster iş sahiplerinin kendi tercihleri, ister düşük özgüvenden kaynaklanan toplumsal yönelim nedeniyle olsun yabancı marka ve yabancı isimlendirmelere karşı neler yapılabilir, bu yönelim nasıl daha sağlıklı bir şekilde yönetilebilir, bunun araştırılması gerekir. Tümünden kabul ve tümünden ret uç noktalarının ötesinde ölçüler, kurallar ve yeni yaklaşımlar geliştirmek zorundayız. Kolaycı ve kestirmeci yaklaşımlar sonuç vermeyecek ve ortaya çıkan sağlıksız gelişmeler önlenemeyecektir. Ne oluyor, neler yapılmalıdır? Aşağıdaki paragraflarda bu konular üzerinde durulmuştur.

**Şirket isimlerinin yabancılaşması.** Şirketler artık ürünlerini sadece Türkiye'ye değil tüm dünyaya satmaktadırlar. Bugün sadece Türkiye'ye ürün ve hizmet satan bir işletme yakın gelecekte Avrupa'ya ve tüm dünyaya açılmanın planlarını yapmaktadır. Dünya açılma ihtimalinin düşük olması onun için çok da önemli değildir. Bu nedenle şirket isminin ve/veya logosunun özellikle zengin Batı ülkelerinin kelimeleriyle veya “dünya dili” olarak isimlendirilebilecek “nötr kelimelerle” ifade edilmesini önemsemektedir. Kaldı ki Türkiye'deki vatandaşlarımız da bu tür yabancı isimli şirketlere daha fazla rağbet etmektedirler. Bu konudaki yanlış gelişmeler şunlardır:

1. *Şirketlerin işyerlerinde Türkçe tabela kullanılmalarının zorunluluğuna dair bir kanunun çıkarılması girişimi.* Tabelalarda Türkçe kullanımı, zorunluluk temelinde düşünülmemelidir. Eğer bu konuda bir kanun çıkarılacaksa Türkçenin şirket tabelalarında bozulmuş biçimiyle kullanılması önlemeli, fakat seçilen kelime ve logolara herhangi bir sınırlama getirilmemelidir. Türkçenin yanlış kullanımı sorunları işyeri tabelalarındaki markaların yazım biçimine indirgenmemelidir.
2. *Yabancı isim furyası.* Bir diğer yanlış gelişme ihracatla ilgili veya ilgisiz şirketlerin çoğunda yabancı isim koyma kaygısının bir “furya” haline gelmiş olmasıdır.

3. *Hizmet kuruluşlarının yabancı isimlere yönelmesi.* Büyük ölçüde yurt içindeki vatandaşlara yönelik faaliyet gösteren hizmet kuruluşlarının da yabancı isimlere yönelmesidir. Buna en iyi örnek büyük alışveriş merkezlerinin hep yabancı isimleri tercih ediyor olmalarıdır.
4. *Yabancı isimli veya logolu firmaların kaliteyi önemsemeleri.* Yabancı isim kullanan şirketlerin bazen dış baskılar nedeniyle ve bazen de kendi iç disiplinleri nedeniyle kalite, verimlilik, müşteri memnuniyeti ve imaj konusuna daha fazla dikkat etmeleri ve kamuoyunda olumlu bir imaj oluşturmalarıdır. Burada yanlış olan gelişme; kalite konusunun yabancı isim/logo kavramıyla birlikte düşünülmesidir.
5. *Yapay bir çevrenin ortaya çıkması.* Yabancı isimli tabelaların sokaklarımızı baştan başa kaplamaları nedeniyle çocuklarımıza ve torunlarımıza ticaret, iş ve sanayi hayatımızla ilgili kötü bir miras bırakan nesil durumuna düşmemizdir.
6. *Dünya vatandaşlığı.* Yabancı isimli tabela, broşür, amblem ve reklam spotlarının milli benlik ve kimliğimizin ötesinde ruhsuz ve gaysiz bir “dünya vatandaşı” tipinin gelişmesine zemin hazırlamasıdır.
7. *Kendi dışılık.* Gençlerimizin emek, gerçek kalite, öz değer, milli olma ve verimlilik kavramları yerine suni bir şekilde reklamlarla şişirilen “kendi dışılığa” özendirilmesidir.
8. *Marka iblalleri.* Taklit edilen yabancı isim ve markalar nedeniyle uluslararası alanda ticari marka kullanım haklarının ihlal edilmesi sonuçlarıyla karşılaşılması ve bunun sonucunda bir bütün olarak ülke imajımızın zarar görmesidir.

Bu maddeler çoğaltılabilir. *Ticari salgın* haline gelen bu yaklaşımın frenlenmesine, disipline edilmesine ve kontrol altında tutulmasına ihtiyaç vardır. Şirket isimlerinin ve amblemlerinin kullanılmasında toptan yasaklamayla toptan serbest bırakma uygulaması arasında ara kesitler bulmak gerekmektedir. MÜSİAD olarak önerilerimiz aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

1. İş adamlarımız ürünlerinde öncelikli olarak Türkçe isim ve veya logo kullanma konusunda teşvik edilmeli ve vatandaşlarımıza da ürünlerini Türkçe isimli olanlar arasından seçmeleri için toplumun değişik kesimleri tarafından telkinler yapılmalıdır.
2. Ticari kayıt altına alınmamış marka kullanımı engellenmeli ve marka ile şirket isimlerinin kayıt altına alınma prosedürleri iyileştirilerek bu işlemler hızlandırılmalıdır. Böylece rastgele yabancı marka kullanımının önüne geçilmelidir.

3. Yabancı marka isminin Türk Patent Enstitünce ticari kaydı pahalılaştırılmalı ve söz konusu ismin ve markanın yabancı ülkelerde kullanılmıyor olma şartı dikkatle araştırılmalıdır.
4. Yabancı markalı (logolu) veya şirket isimli tabelaların belediye ilân vergileri artırılmalı, böylece iş adamları Türkçe isim, marka ve logolara yönlendirilmelidir.
5. Yabancı marka ve isimlerin kullanım ve yazım biçimleri izlenmeli halkımızı rahatsız edecek kelime ve ifadelerin, yabancı sloganların, iddia cümleleri kullanımının önüne geçilmelidir.
6. Türkçe isim ve marka kullanan şirketlere KOSGEB'de; Türk Patent Enstitüsünde, çeşitli fuar ve sergilerde sıra önceliği, belli oranda indirim, ihracat işlemlerinde kolaylıklar getirilmeli ve bu şirketler belirli küçük ödüllerle teşvik edilmelidir.
7. Üretim ve hizmet şirketleri Türkçe kelimelerden yola çıkarak isim ve marka üretmeye teşvik edilmeli yabancı kelimeler yerine, anlamı olmasa bile orijinal yeni kelime ve markalar bulma konusunda teşvik edilmelidir. Bu kelimeler anlamı olan Türkçe bir kelime olmasa bile en azından yabancı bir kelime olmayacaktır.
8. Yabancı marka ve isim kullanan şirketlerin bu marka ve isimlerini menşee ülkeyle birlikte kullanmaları önlenmeli ve özellikle markadan çok menşee ülkenin ismini pazarlamalarının önüne geçilmelidir. Örneğin, "üstün Vegistan ürünü" gibi spotların kullanımı engellenmelidir.
9. Ürün ve hizmetlerde standart sınıflar, yıldızlar ve gruplamalar getirilerek aynı sınıftaki ürün veya hizmetlerin aynı olduğu konusunda garantiler oluşturulmalıdır. İsmi ve markası ne olursa olsun eğer bir ürün "B" sınıfı olarak tanımlanmışsa vatandaş söz konusu ürünü gönül rahatlığıyla alacak ve kullanabilecektir. Yabancı isim ve markaların, amblemlerin yapay bir üstünlük konumunda olmaları veya böyle bir konuma gelmeleri önlenmelidir.
10. Ürün ve hizmet gruplarının kalite ayrımında "Class", "Elegance", "Premium", "First Class" gibi tanımlamalar yasaklanmalı onun yerine birinci sınıf, ikinci sınıf, üçüncü sınıf veya A kalite, B kalite, C kalite gibi daha yalın ve herkesin anlayacağı tanımlamaların kullanılması zorunluluk haline getirilmelidir.
11. Vatandaşlara genel olarak Türkçe kullanma, Türkçe ürün ve hizmet başlıklarıyla üretme, satma, satın alma konusunda telkinler yapılmalı ve bu tutumu bir alışkanlık haline getirmeleri sağlanmalıdır.

### 3.2. YABANCI ŞİRKET ÜRÜNLERİNİN YABANCI İSİM VE LOGOLARLA PAZARLANMASI

Günümüzde ticaret evrensel bir niteliğe sahip olduğundan çok farklı ülkelerin markaları ve buna bağlı olarak yabancı şirket isimleri bütün dünya ülkelerine rahatlıkla girebilmekte, reklamlarını yapabilmekte ve o ülke insanlarına kendilerini beğendirme uğraşısı içinde bulunmaktadır. Bu anlamda bir çok şirket aslında evrensel bir niteliğe sahiptir. Bu şirketler menşe ülke kodu belirtmeksizin tüm dünya pazarlarında satış yapmakta ve gittikleri her ülkede o ülke insanlarına cazip gelecek şekilde o ülkenin kültürüyle uyumlu reklam yapmaktadırlar. Dünyanın geldiği bu noktada, ulusal diller ve bu arada Türkçe yabancı şirketlerin, yabancı ürün ve markaların bir anlamda istilası altında kalmaktadır. Demokratik sistemlerle yönetilen herhangi bir ülkenin bu istila karşısında yapabileceği çok fazla bir şey gözükmemektedir. Bu istilayı önlemenin yegane çaresi ülkemizin ekonomik yapısını, üniversite sistemini ve teknoloji üretimini güçlendirmek böylece dış etkilere karşı daha güçlü hale gelmektir. Bununla birlikte yabancı şirketlerin ülkemizdeki marka, slogan, şirket ismi ve ürün ismi kullanma uygulamalarının yakından izlenmesinde de yarar bulunmaktadır. Meydanın bütünüyle boş bırakılması sonuçta hem toplum kültürümüzü hem de dilimizi olumsuz bir biçimde etkileme potansiyeline sahip olmaktadır. Yabancı şirketlerin ülkemizde gerçekleştirdikleri tanıtım faaliyetlerinde, reklam uygulamalarında, marka, amblem ve slogan seçimlerinde aşağıdaki konulara dikkat edilmesinde yarar vardır.

1. Ürün isimlerinden o ürünün Türk malı veya yabancı ürün olduğu anlaşılmamaktadır. Bu nedenle ithal edilen ürünlerde “ithal” olduğu ve yerli ürünlerde ise “yerli ürün” olduğu açık olarak veya belli bir simge ile belli edilmelidir. Bu yapılırken “Made in Turkey” gibi İngilizce ve yabancı dilde tanımlama yerine Türkçe ifadeler kullanılmalıdır.
2. Yabancı şirketler marka ve amblemlerinin altında slogan olarak seçtikleri yabancı sözcükleri Türkçeleştirerek kullanmalıdırlar.
3. Yabancı şirket marka ve amblemleri kullanılırken ambalaj veya kutu üzerinde ürünün cinsi Türkçe olarak yazılmalıdır. Örneğin; “Makone Milk” gibi isimlendirmelere izin verilmemelidir. Onun yerine turistlere de satılabileceği düşünülerek hem İngilizcesi hem de Türkçesi (“Makone Süt” gibi) yazılmalıdır. Bu tür ürünlerde İngilizcesi daha küçük puntolarla ifade edilmelidir.
4. Yabancı ülkelere ithal edilen ürünlerin tamamında Türkçe kullanma kılavuzu, açıklama, içindekiler, muhteviyatı, kullanım talimatı istenmeli ve bu ürünler yabancı dildeki kullanma kılavuzlarıyla kabul edilmemelidir.

5. Yabancı marka ve isimli ürünlerde Türkçe olarak hazırlanan kullanım talimatlarının, kılavuzların, broşürlerin doğru tercüme edildiği, işlevsel olduğu ve yabancı dildeki karşılığını yansıttığı konusunda noterlerin de dahil olduğu bir kontrol mekanizması getirilmelidir.
6. Yabancı markalarla birlikte kullanılan telaffuzu zor isimlerin yanına Türkçe okunuşlarını parantez içinde yazma zorunluluğu getirilmeli ve böylece insanların karmaşık, anlaşılması zor bir hayal dünyasında yaşamaları önlenmelidir. (Örneğin; Xylrefom kelimesini Türk halkı nasıl okuyacaktır?)
7. Yabancı şirketler ülkemizde yaptıkları satışlarda ambalaj kolilerinden ürün kutularına kadar tüm ambalaj malzemelerinde ürün cinslerini, koli, paket, parti ve sınıf cinslerini Türkçe olarak belirtmelidirler.
8. Yabancı marka ve ürünler kendi ülkelerinden aldıkları kalite belgelerini, standart belgelerini, destekledikleri sivil toplum kuruluşlarına ait bilgileri Türkçe olarak açıklamalı yabancı isim ve amblemlerle tılsımlı ve gizemli bir hava yaratmamalıdır.

### 3.3. BANKACILIK SEKTÖRÜ VE TÜRKÇE

Yabancı kelimelerin yoğun bir şekilde kullanıldığı alanlardan biri de bankacılık sektörüdür. Günümüzde bankacılık sektörü bir taraftan kendi terminolojisinde yabancı kelimeleri yoğun bir biçimde kullanmakta ve diğer taraftan kamuoyuna yönelik reklam ve tutundurma uygulamalarında da aynı tutumu sürdürmektedir. Son yıllarda bankaların çıkarmış oldukları kredi ve alışveriş kartlarıyla birlikte ülkemiz “yeşil card”, “bonus card” ve “kazan card”larla dolmuş ve taşmıştır. Bu “card”lı satış ve reklam bombardımanı altında okullarına devam eden ve Türkçe öğrenmeye çalışan çocuklarımızın anlamlı bir uğraşı içinde olduklarını söyleyemeyiz. Reklamcıların “yaratıcılık adına” yaptıkları Türkçe kelime bozmalarının, yanlış kelime uygulamalarının, sesli harf düşürmelerinin bir an önce önüne geçilmesi gerekmektedir. “Pazarlama pazarlamadır ve reklam da reklamdır” anlayışıyla hareket eden bankacıların veya büyük kuruluş yöneticilerinin kendiliğinden Türkçe duyarlılığına sahip olacaklarını beklemek boş bir hayal olacaktır. Bu tür sorunlar ancak iyi düşünülmüş ve dikkatli bir şekilde ölçüleri konulmuş yasal düzenlemelerle çözülebilir. Bankaların mevduat hesabı açan mudilerine imzalattıkları çok sayfalı “sözleşme metinleri” bırakın sıradan vatandaşları, üniversite eğitimi almış kişilerin bile anlayamayacağı çok sayıda yabancı terimlerle doludur. Virman, Swift, POS vb. kelimelerle dolu olan bu metinler insanların anlamadan akit yapmalarına neden olmaktadır. Anlamadan ve bilmeden akit yapma sonuçta sadece mahkemelerin iş yükünü artıran bir gelişmeye yol açmaktadır.

## 4. İŞ HAYATI VE TÜRKÇE

Bu bölümde kurum ve kuruluşlarda, işletmelerde ve fabrikalarda Türkçenin kullanım sorunlarına değinilmiştir. Dilimizin iş hayatının her alanında daha etkili ve daha da gelişerek kullanılması bu konuya özen göstermemize bağlıdır. Ülkemize sanayinin sonradan girmesi ve gelişmesi nedeniyle ki özellikle değişik sektörlerde faaliyet gösteren işletme ve fabrikalarda çok sayıda yabancı kelime kullanılmaktadır. Kimya sanayinden lastik sanayine, tekstile ve oradan ağaç sanayine ve makine sanayine kadar pek çok alanda binlerce kelime Türkçe sözlüğümüzde bulunmamasına rağmen kullanılmakta ve bu kelimelere her geçen gün yenileri eklenmektedir. İş hayatında ve işletmelerimizde Türkçenin kullanım sorunlarını belirli başlıklar altında incelemek gerekir.

### 4.1. ŞİRKET İSİMLERİ VE TÜRKÇE

Son yıllarda ülkemizde şirketlere isim verme konusunda bir kısmı belki doğru bir kısmı ise yanlış olarak değerlendirilebilecek belirli eğilimler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz: (a) resmî şirket isimleriyle ticari unvanların (logoların) farklılaşması, (b) tabelalarda ilan edilen şirket logolarının Türkçe yerine yabancı isimler arasından seçilmesi veya logolarda Türkçe-yabancı kelimelerin birlikte kullanılması, (c) Türkçe isimlerin yabancı isim havası verilecek şekilde bozulması, (ç) belirsiz, anlamsız kelimelerin şirket ismi olarak seçilmesi, (d) yabancı isimlerin bozularak anlamsızlaştırılması ve böylece şirket logosu olarak seçilmesi, (e) Türkçe iki kelime yapısının bozularak yeni birleşik bir kelimenin (anamlı veya anlamsız) oluşturulması.

Şirket ismi-ticaret ismi farklılaşması iş piyasalarında genelde bir zorunluluk olarak görülmektedir. Reklam ve tanıtım uygulamalarında şirketler uzun yasal isimleri değil; daha kısa, halkın ilgi göstereceği veya kolay hatırlayabileceği isimleri tercih etmektedirler. Bir çok vakada, şirketin meşhur olmuş ismiyle ticari ismi aynı değildir. Firmalar sadece şirket isimlerini, sadece ürün isimlerini veya her ikisini birden marka haline getirmek isteyebilirler. Ticari marka olarak kullanmak istedikleri ismin şirket ismi veya ürün ismi olması yasal isimlendirmeden çoğunlukla farklı olmaktadır. Reklam sektörü de, resmî şirket isimleriyle değil, ticari şirket adlarıyla çalışmayı tercih ederler. Reklamcılar şirket isimlerinde Ltd., AŞ, Koll. Şti. gibi belirteçleri kullanmayı hiç sevmezler.

İkinci eğilim, şirket isimlerinde Türkçe kullanılmakla birlikte ticari ad ve tabelalarda yabancı kelimelerin tercih edilmesidir. Bu eğilime bir çok sektörde rastlanılmaktadır. Eğitim sektöründe “kolej” kelimesi, bankacılık sektöründe “finance”, tekstil sektöründe “textil” kelimelerinin Türkçeyi tamamlayan ikinci

kelime olarak kullanılmasına veya bütünüyle yabancı kelimelere başvurulmasına sık rastlanılmaktadır. Akalın'a göre; "İşyerleri sicil alırken Türkçe isimlerle başvurmak zorundadırlar. Fakat tabelaya isim yazılma aşamasında ciddi yasal boşluklar bulunmaktadır. Belediyeden iş yeri açma belgesi alınırken orada tamamen farklı isimler kullanıl[maktadır]. Şirketin adı Ticaret Sicil Gazetesi'ndekiyle aynı olmakta ama, tabelaya çoğunlukla yabancı isimler yazıl[maktadır]."<sup>9</sup> Burada karıştırılan nokta, şirket ismiyle şirket logosunun aynı olmayabileceği gerçeğidir. Logo kullanım ve tanıtım biçimlerine çok fazla müdahale etme, ticaretin sınırlandırılması anlamına gelir. Türkçenin korunması ve geliştirilmesi konusunu "tabela isimlerinin seçimi" konusuna indirgememek gerekir. Yasaklama getirmek yerine özendirmek, teşvik etmek ve Türk halkının özgüvenini artırarak yerli malı ürün ve hizmetlere yöneltmek daha anlamlıdır.

Üçüncü eğilim şirket isimlerindeki veya logolarındaki Türkçe yazım biçiminin bozulmazsıdır. Örneğin; "Byt Pazarı", "Eskidji Pazarı" gibi isimlendirmeler bu gruba girmektedir. Türkçeyi bozan bu tür uygulamaların şirket logolarında yer almasına izin verilmemelidir. Bu tür uygulamalar dilin gelişmesine aykırı bir tutumu sergiler.

Dördüncü eğilim, anlamsız harf bileşimlerinin şirket ismi olarak belirlenmesidir. Bu tür isimlerde veya Türkçe olup olmadığı tereddütlü olan isimlerde Sanayi Bakanlığının Türk Dil Kurumuna başvurup ismin Türkçe olup olmadığını araştırdığını bilmekteyiz. Fakat iş piyasasının gerçeklerini iyi bilmeden basit bir şekilde bu kelime Türkçedir ve değildir gibi kesin bir yargıya varmak doğru olmayabilir. Çünkü yasalarımızda "amblem", "logo" ve "şirket ismi" ilişkileri tanımlanmış değildir. Pek çok kişi *logo* ile *amblemi* karıştırmakta ve ikisinin aynı şey olduğunu zannetmektedir. Amblem; simgesel desen, harf, sayı veya karakter düzenlemeleri anlamına gelirken logo (veya isimleştirilmiş amblem; buna eğer kabul edilirse *adlem* de diyebiliriz) ticari ad veya ticari olarak pazarlanan kelimedir. Bu kelime şirket ismi, şirket markası veya ürün markası olabilir. (Marka kelimesi logo kelimesinin tam karşılığı değildir. Marka, logoyu da içererek logo kelimesinden daha geniş bir anlam ve içeriğe sahiptir.) Logo olarak belirlenen ticari adın anlamlı bir Türkçe kelime veya anlamsız harf bileşenlerinden oluşması çok önemli değildir. Logo, ticari olarak pazarlanan "anlamlı bir kelime", "kısaltma", "türetilmiş bileşik kelime" veya herhangi bir kısaltmayı temsil etmeyen anlamsız "harfler grubu"dur. Anlamı olsun veya olmasın okunabiliyorsa o kelime logodur (adlemidir). Örneğin; "tutu", "aka", "kibibip" gibi kelimeler bu gruba girer. Logolar amblemle birlikte veya amblemsiz olarak kullanılır. Çıkarılacak olan kanunda; (1) amblem, (2) logo ve (3) şirket ismi faktörleri hep birlikte göz önünde bulundurulmalıdır. Logolarda ve şirket isimlerinde Türkçe kelime yapılarının bozulmasına ve yabancı kelime kullanılmasına izin verilmemeli, fakat isteyen şirketler adlemlerini "anlamsız harf bileşimlerinden oluşan" kelimeler olarak belirleyebilmelidirler. Marka tescilleri ve isim bulma zorlukları bu durumu

zorunluluk haline getirmektedir. Mevcut Türkçe kelime yapılarına müdahale olmadığı sürece adlemler istenildiği gibi seçilebilmelidir.

Beşinci eğilim yabancı kelimelerden yararlanarak ve aynı zamanda bu kelimeleri bozarak şirket adleminin (logosunun) belirlenmesidir. Ülkemizde bu uygulama daha çok yaygındır. Sokaktaki sıradan vatandaşlar bu kelimeleri yabancı kelime gibi algılamalarına karşılık bu kelimeler herhangi bir dile ait değildir. Bu tür kelimeler okuyana İtalyanca, İngilizce veya Fransızca havasını verir. Bu özelliğiyle bir ölçüde vatandaşa karşı yanıltıcılıkları daha fazladır. Bu kelimeler ne Türkçedir, ne de yabancı bir ülkeye aittir. Bu kelimeleri “anlamsız harf grubu” tanımlaması içine de alamayız. Çünkü büyük ölçüde yabancı olan bir kelimeye bir iki harf ilavesiyle veya harf düşürülmesiyle türetilmişlerdir. Örneğin; Selecta, Sellim, Dicapri, Caldi gibi adlemler İngilizce ve İtalyanca çağrışımı yapar, ancak ne İngilizce ve ne de İtalyancadır. Buradaki sorun; küreselleşme, dünya ticaret birliklerine girme, küresel pazarlarda mal satma, Türk halkına yabancı ülke malı izlenimi verme gibi kaygılarla değişik ve farklı isimlerin verilmesidir. Bu tür adlemleri Türkçeyi bozan bir yapı gibi görmemek gerekir. Firmalar bu tür marka veya adlemlere milyonlarca lira yatırım yapmışlardır ve bugün itibariyle toplam marka değeri milyar dolarla ölçülemez. Çünkü bu yatırım insanların zihnine ve algılarına yapılmıştır. Bu nedenle bunların değiştirilmesini önermek veya düşünmek hiç de sağlıklı bir yaklaşım olmaz.

Yasalarda resmî şirket “isimlerinin” Türkçe belirlenmesi şartının belirli istisnaları bulunmaktadır. Eğer şirketin faaliyet konusuna giren mal ve hizmet üretimi yabancı dilde yapılıyorsa veya şirket ortakları arasında yabancılar varsa şirket, isminde yabancı kelime bulundurulabilmektedir. Buradaki yaklaşım adlemleri değil, resmî şirket “isimlerini” ilgilendirmektedir. Bu tür firmalarda şirket isimleriyle adlemler (logolar) aynı olabilmektedir. Ancak şirket isimleriyle adlemlerin bire bir aynı olması gerekir gibi bir zorunluluk getirilmesi iş hayatının gerçeklerine aykırıdır.

1353 sayılı Türk Hâflerinin Kabûl ve Tatbîki Hakkındaki Kânûnun 4. maddesinde “*Halk tarafından vaki müracaatlardan eski Arap harfleriyle yazılı olanlarının kabulü 1929 Haziranının birinci gününe kadar caizdir. 1928 senesi Kanunuevvelinin iptidasından itibaren Türkçe hususi veya resmî levha, tabela, ilan, reklam ve sinema yazıları ile keza Türkçe hususi, resmî bilcümle mevkut, gayri mevkut gazete, risale ve mecmuaların Türk harfleriyle basılması ve yazılması mecburidir.*” denilmiştir. Kanunun bu maddesi daha çok harflerin yazım biçimiyle ilgili gözükmemektedir ve bu nedenle seçilen sözcüğün Türkçe olup olmadığı konusunu ele almamaktadır. Şirket isimlerindeki ve şirket logolarındaki kelimelerin yazım biçimine ilişkin bir kanunun çıkarılmasına ihtiyaç vardır. Ancak bu kanun, “her şey Türkçe kelimelerle ifade edilir” gibi bir yargıya dayandırılmamalıdır. Kanunda özellikle Türkçe kelimelerin bozulmasını

önleyecek tedbirler alınmalı ve bu konuda belediyelere yeni görevler verilmelidir. Yeni çıkarılacak kanunda “logo kullanımının” yanında “şirket isimleriyle ilgili istisnalar” da daha dikkatli bir şekilde yeniden düzenlenmelidir. Ortakları arasında yabancıların bulunması değil, yerli-yabancı ortak marka kullanılması durumu veya yabancıların sermaye ağırlığı göz önünde bulundurulmalıdır.

İstisnalar dışında şirket sahiplerinin özellikle tabelalarında yabancı isimleri veya adlemleri tercih etmelerini etkileyen çeşitli hususlar söz konusudur. Bu tür tercihlerin nedenlerini iyi anlamazsak çözüm önerilerimiz de etkili olmayacaktır. Bu nedenleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

*Yabancı isimlerin etrafından oluşturulan güven duygusu.* Türk halkı ne yazık ki, çok yönlü etkilerle kendisine güven duymaktan uzaklaştırılmakta ve yabancıların şirket sorumluluğunun, toplumsal sorumluluğunun daha yüksek olduğu düşüncesiyle yabancı isimlere yönlendirilmektedir. Bu yanlış ve olumsuz psikolojinin gelişmesini önlemek için şirketlerin kurumsallaşma, yönetim sistemlerini iyileştirme, ürün kalitesini geliştirme ve standartlaştırma çalışmalarına daha fazla önem vermeleri gerekmektedir. Sorun yabancı kelimelerin kullanılmasının yasaklanmasıyla ilgili değil, halkımızın kendine, kendi şirketlerine ve kendi insanına güven geliştirmesiyle ilgilidir.

*Şirket isimlerini çok ulusluluğa uygun belirleme düşüncesi.* Bazı şirketlerin yoğun ithalat ve ihracat yapmaları nedeniyle şirket isimlerinin Latin alfabesini kullanan ülkelerin yazım ve söyleniş biçimlerine uygun olması konusunda bir düşünceye sahip olduklarını biliyoruz. Bu yazım biçimi özellikle yabancı şirket yönetici ve elemanlarında olumlu etkiler yapma potansiyeline sahiptir. Böyle olunca bu tür yabancı isimler veya yabancı gibi görünen ama aslında herhangi bir dile ait olmayan isimler tercih edilebilmektedir.

*Şirket isimlerinin evlilik ismi olarak belirlenmesi.* İş dünyası kendi kuralları ve sistemleri olan bir alandır. Türkiye’deki bir şirket örneğin, Almanya’daki bir şirketle ortaklık kurup her iki ülkede faaliyet gösteren ortak bir girişim meydana getirdiklerinde şirket isimlerini birlikte kullanmak isteyeceklerdir. Böyle olunca şirket tabelalarında yabancı isim ve Türkçe isim birlikte gözükecektir. Bu durum yabancı isimlere öykünme değil, iş hayatının kaçınılmaz sonucudur. Sokakları ve tabelaları bütünüyle yabancı isimlerden ve logolardan temizleme gibi bir düşünceyle hareket edilemez. Artık, küresel bir dünyada yaşadığımızı unutmamız gerekmektedir.

*Şirket isim ve logolarının orijinal olma kaygısı.* Günümüzde en önemli kaygılardan biri şirket isimlerinin ve logolarının orijinal olmasıdır. Günümüzde alınmamış ve ticaret siciline kayıt olunmamış bir ticari isim kalmamış gibidir. Böyle olunca şirket sahipleri ve yöneticileri ülkemizde kullanılmayan ya yabancı isimleri

tercih etmekte veya anlamsız yeni kelimeler türetme yoluna başvurmaktadırlar. Halen Türkiye’de 1,8 milyon işletme olduğu düşünülürse marka olarak kayıt altına alınacak orijinal Türkçe isim bulmanın ne denli zor bir iş olduğu kolaylıkla görülebilecektir.

*Kısaltmaların şirket ismi olarak kullanılması.* Birçok kurum ve işletme de şirket isimlerini belirlerken kısaltmalardan yararlanmaktadır. Örneğin, İBİDEM türü bir kelime çeşitli kelime bileşimlerinin baş harflerinden oluşmaktadır ve tek başına her hangi bir anlam ifade etmektedir. Yabancı kelimelere göre bu tür isimlendirmeler daha az tepki toplar. Fakat sonuçta bu ve benzeri anlamsız kelime ve ifadelerden oluşan şirket tabelaları bizi yine anlamsız, soyut ve yapay bir dünyada yaşamamıza neden olmaktadır. Bu tür kullanımlarda şirket ismi açılımlarının yazılması konusunda işletme sahiplerinin bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesine ihtiyaç vardır.

*Belirli kelimelerin bazı şirketler tarafından kapatılması.* Şirket isim ve logolarının tescilinde bazı şirketler beğendikleri kelimeleri o alanda o gün için faaliyette bulunmasalar bile tüm sektörlerde ve tüm faaliyet alanlarında kapatabilmektedirler. Bu yaklaşım sonucunda “bir kelime” bütünüyle başka ticari alanların kullanılmasına kapatılmış olmaktadır. Bu konuda Türk Patent Enstitüsü’nün kural ve sistemlerini gözden geçirmesine ihtiyaç vardır. Çünkü bu nedenle şirketler başka bir şirketle davalı olmak yerine yabancı bir kelimeyi veya türettikleri anlamsız bir kelimeyi tercih etme eğilimi içine girmektedirler. Şirketlerin faal olmadıkları, üretmedikleri veya hizmet sunmadıkları bir alanla ilgili olarak ticari isim tescil başvuruları değerlendirmeye alınmamalıdır.

*Türkçe isimlerin bozularak yabancı kelime havası verilmesi.* Şirketlere isim vermede en çok eleştirili alan konuların başında gelmektedir. Bu yaklaşıma sahip olan kişiler Türkçe kelimelerin hece ve harf yapısını bozarak aslen Türkçe olan fakat yazılış itibarıyla yabancılaşmış kelimeleri üretme girişiminde bulunurlar. Örneğin; “Köfte Salonu”, “Chicken ve Pilav”, “Chich Kebab”, “Chikar Lokum” vb. isimlendirmeler insanlarımızı büyük ölçüde rahatsız etmektedir. Bu tür uygulamaların ithalat ve ihracatla ilgisi olmadığı gibi ticareti geliştirici herhangi bir faydasından da söz edilemez. Şehirlerdeki şirket tabelalarında bu tür isimleri yazmanın önüne geçmek için büyükşehir ve ilçe belediyelerine sorumluluklar verilmesi gerekmektedir. Her yıl ilan ve reklâm vergileri yatırılırken tabela isimleri kontrol edilmeli ve uygun olmayan isimlerde düzeltme yaptırılmalıdır.

*Diğer faktörler.* Şirketlerin isim ve logo tercihini etkileyen çok sayıda faktör vardır. Örneğin, bu kelimenin ı, ü, ş, ö, ğ, ç gibi Türkçe harfleri içermeyerek ağ kümesi adresine uygun olması, üç veya dört harfli 444’lü telefon kodlamasına uygun olması, akıcı olması ve kolay söylenebilmesi, bacaklı veya duruma göre bacaksız harflerden oluşması; siyasal, ideolojik, dini veya etnik çağrışımlar

oluşturmaması, kolay hatırlanabilmesi, yanlış bir marka izlenimi oluşturmaması gibi düşünceler sonuçta seçilecek kelime evrenini oldukça daraltmakta ve isim belirleme işini büyük ölçüde zorlaştırmaktadır. Sokaktaki insanların “şirket isimlerinde sadece Türkçe kelimeler kullanılsın” dileği bütün bu gerçeklerin ışığında değerlendirilmelidir. Konu bir cümleyle ifade edilecek kadar basit ve kolay değildir.

### 4.2. ÜRÜN VE İMALAT TERMINOLOJİSİ

**Ürün teknolojisi.** İş hayatında üretilen binlerce ürün vardır ve bu ürünler çoğu kez yabancı ülkelerdeki isimleriyle anılmaktadır. Fan, klima, pet, komprasör, radyant, halojen vb. kelimeler üzerinde akıl yürütüp düşünmeden bir iki küçük harf değişikliğiyle benimsediğimiz isimler olmuştur. Ürün isimlerini gözden geçirmek, yenilemek ve bazı Türkçe isimler bulmak mümkün iken bunun için çok fazla zaman harcamamışız ve bu isimleri olduğu gibi kabul etmişiz. Bundan sonra yapılacak iş Türk Dil Kurumundan çok sanayicilere ve işletmecilere düşmektedir. Bu tür yabancı ürünlere Türkçe isim verme zorunluluğu önce sanayicilerin ve iş adamlarının sorumluluğundadır. Çünkü her gün binlerce ürün üretilmekte ve bu ürünlere Türkçe isim bulmak veya yakıştırmak gerekmektedir. Girişimcinin, yöneticilerin, mühendislerin Türkçe duyarlılığı ile bu tür sorunların üstesinden rahatlıkla gelinebilir. Üniversitelerimizde öğrencilerimize Türkçe öğretmeye çalışıyor, fakat ne yazık ki Türkçe duyarlılığını kazandıramıyoruz. Bu konu bir bilinç ve duyarlılık sorunudur. Bu nedenle yüksek öğretime ve hatta ortaöğretime kadar uzanarak öğrencilerde duyarlılıklar geliştirmek gerekmektedir. Yapılan araştırmalar ve gözlemler göstermektedir ki yabancı bir ürün ismine Türkçe bir isim konulduğunda ilk yıllarda tereddütler olmakta ve aradan geçen süre içinde kullanıcı sayısı belli bir orana ulaştığında yabancı sözcükler terk edilerek hızla Türkçesi kabul edilmektedir. Bu nedenle ilk günlerin ve anların tereddütlerini bir kenara bırakarak kuvvetle Türkçe kelimelere sarılmak gerekmektedir.

**İmalat terminolojisi.** İş hayatında önemli problemlerden biri de imalat sürecine ilişkin iş, işlem, uygulama ve üretim faaliyetlerini tanımlamak için yabancı kelimelerin kullanılmasıdır. Bu sonuç bir taraftan üniversitelerimizdeki eğitim uygulamalarından, bir taraftan dış ülkelere alınan danışmanlık hizmetlerinden ve öte yandan ise kullanılan teknolojinin kendisinden kaynaklanmaktadır. Mühendisler, üreticiler, teknisyenler ve işletme sahipleri bütün dikkatlerini üretim sürecine ve üretim sonucuna verdiklerinden hangi kelimelerin kullanıldığına, niçin kullanıldığına çok fazla dikkat etmemektedirler. İmalat sürecindeki terminolojide yabancı kelimelerin kullanılması sonucunda çeşitli problemlerle karşılaşmaktadır ve bunlar aşağıdaki gibidir:

1. İşe yeni giren elemanların yabancı kelimeler nedeniyle işe uyumları ve iş alışkanlığı kazanma süreleri uzamaktadır.
2. İşe yeni giren elemanların makine, cihaz, araç ve gereçleri öğrenme süreleri uzamakta ve aynı zamanda bu makine ve cihazların işlevleri konusunda yeterli bilgi edinmeleri zorlaşmaktadır.
3. Mühendislerin, teknisyenlerin ve işçilerin faaliyet ve işlemlerle ilgili olarak hareket ve davranışları arasında uyumsuzluklar ortaya çıkabilmektedir.
4. Nihai kullanıcıya yönelik olarak hazırlanan el kitaplarına ve kullanım kılavuzlarına söz konusu yabancı kelimelerin de girmesi nedeniyle sonuçta son kullanıcı bu kitapçıklardan etkili bir şekilde yararlanamamaktadır.
5. Makine arızalarında kullanım talimatları ve kullanılan terminoloji nedeniyle bazı hallerde teknisyenler makineye müdahale etmekten çekinmekte ve kaçınılmaz olarak yabancı teknisyen ve onarımcılara başvurulmaktadır.
6. Fabrikalarda yabancı sözcükler nedeniyle karma-esperanto bir dil ortaya çıkmakta ve dışarıdan bakıldığında insanlar kendilerini yabancı bir ülkede yaşıyormuş duygusuna kapılabilmektedirler.

### **4.3. BİRİM VE YÖN LEVHALARININ İSİMLENDİRİLMESİ**

**Birimlerin isimlendirilmesi.** İşyerlerinde ve fabrikalarda Türkçe yerine daha fazla yabancı kelimelerin kullanıldığı bir diğer alan bölüm, hol, birim ve kısımların isimlendirilmesinde yaşanmaktadır. Hall, departman, cage, ofis, amfi, oditoryum, ofisyum ve marketing gibi yabancı dil açısından kimisi anlamlı ve kimisi anlamsız onlarca kelime kullanılmaktadır. Bu kullanım biçiminin arka planında fiziki düzenlemeye daha Batılı bir görünüm verme, toplumun okumuş kesimlerine hitap etme, kendini daha entelektüel gösterme gibi saikler vardır. Bu tür uygulamaların yaygınlaşması ne yazık ki biraz da toplumumuzun tepkisiz kalmasından kaynaklanmaktadır. Duyarlılık geliştirme çalışmaları iki tür sonuç verme özelliğine sahiptir. Bir taraftan bu tür yabancı kelimeleri kullanma eğiliminde olanları frenlerken diğer taraftan bu kişilere karşı genel toplumsal direnç tabakaları oluşturur.

**Yön levhalarının isimlendirilmesi.** İş yerlerinde yabancı kelimelerin sık kullanıldığı bir diğer alan, yön levhaları ve tabelalardır. Günümüzde pek çok işletmede “direktory”, “exit”, “up”, “down”, “raket”, “banner” gibi kelimelerle karşılaşmaktayız. Bu kelimeleri çalışanlar ve müşteriler artık o kadar

kanıksamışlardır ki neredeyse görülmez ve fark edilmez. Ancak Türkçe duyarlılığını ayağa kaldırmak istiyorsak bu tür kullanımları görmek ve işyerinin durumuna uygun tedbirleri almak durumundayız. Turistik mekanlarda, havaalanlarında, zengin muhitlerde bu tür tabelalar doğal olarak bulunacaktır. Ancak bu tabela ve yön levhalarının yanında mutlaka Türkçeleri de bulunmalıdır.

### 4.4. İŞ UNVANLARI VE TÜRKÇE

İş hayatında yabancı dilden kelimelerin yaygın olarak kullanıldığı bir diğer alan iş unvanlarıdır. Endüstrinin ve iş hayatının Cumhuriyetten sonra ülkemizde hızla yayılmasıyla pek çok iş unvanı yabancı ülkelerden Türkçeleştirilmeden alınmıştır. Bu konudaki zorluk nasıl Türkçeleştirileceğinin bilinmemesi veya getirilen Türkçe karşılıklarının beğenilmemesidir. Bizim “zor beğenme” yaklaşımımız Türkçe kelime tercihinin önündeki önemli engellerden biri olarak görülmektedir. İş hayatında yaygın olarak kullanılan yabancı dilden bozulmuş veya geçmiş bazı iş unvanları aşağıdaki gibidir:

1. Manager.
2. CEO, CFO, CRO.
3. Supervizör.
4. Ofisboy.
5. Kurye.
6. Enspektör.
7. Oditör.
8. Kamarot.
9. Güverte Lostromosu.
10. Works manager.
11. Stratejist.
12. Grup direktörü.
13. Medikal Direktör.
14. Kategori yöneticisi.
15. CRM uzmanı.
16. Lojistik yöneticisi.
17. Web tasarımcısı.
18. Webmaster.
19. Sürveyan.
20. İnteraktif reklam satış uzmanı.
21. Siber-kütüphaneci.

İş unvanlarının Türkçeleştirilmesi konusunda iş idaresi eğitimi veren yüksek öğretim kurumlarına, Türk Dil Kurumuna, işletmelerimize, yöneticilerimize,

danışmanlık ve eğitim kurumlarımıza önemli sorumluluklar düşmektedir. Bu tür iş unvanlarının kullanılmaya devam etmesinin nedeni duyarsızlık ve kayıtsızlıktır. Ülke çapında Türkçe kelime bulma ve Türkçe kelimeleri kullanma konusunda kampanyalar açılmasına ihtiyaç bulunmaktadır. Kampanyalar aynı zamanda iş idaresi ve ekonomi eğitimi veren fakülteler tarafından desteklenmeli ve böylece bu unvanların değiştirilmesi konusunda geniş katılımlı bir uzlaşma zemini oluşturulmalıdır. İş unvanları Türkçeleştirilirken iş tanımlarıyla birlikte ele alınmalıdır. Aksi halde sadece kelime Türkçeleştirilirse iş unvanının içi doldurulmadığından insanlar sonuçta yine yabancı dildeki karşılığını kullanmaya başlayacaklardır. Hâla yabancı dildeki karşılığı kullanılan iş unvanlarının en belirgin özelliği yeni çıkan veya gelişen mesleklerle ilgili olmasıdır. Bu açıdan söz konusu durum bir avantaj olarak değerlendirilmeli ve bu isimlere yakın anlamlı kelimeler bulunarak hemen ve en kısa sürede güncelleştirilmelidir. İş unvanlarının Türkçeleştirilmesinde hükümetlere, iş kurumuna, Çalışma Bakanlığına, Devlet Planlama Teşkilatına da görevler düşmektedir. Kurumlarında yabancı kelime olarak iş unvanını kullanan kuruluşlar bu unvanlarıyla resmî yazışma yaptıklarında bu belgeler Türkçe unvan kullanıncaya kadar işleme alınmamalıdır. Yasaklama getirmek yerine *işlemsizlik* eylemiyle yaptırım uygulamak daha etkin sonuçlar verecektir. Bunun yanında çalışanların sosyal güvenlik formlarındaki iş unvanlarına dikkat edilmeli ve buralara yine Türkçe olmayan iş unvanlarının yazılmasına izin verilmemelidir. Eğer yazılmışsa bu belgeler işleme alınmamalı ve gerekli uyarılar yapılmalıdır.

#### **4.5. ŞİRKET UNVANLARINDAKİ HUKUKİ STATÜLERİN TÜRKÇELEŞTİRİLMESİ**

Ülkemizde şirket ortaklıklarını tanımlayan hukuki statü isimlerinin neredeyse tamamı yabancı isimlerdir. Şirketler hukukunun büyük ölçüde yabancı ülkelere alınmış olması nedeniyle böyle bir durum ortaya çıkmıştır. Anonim ortaklık, komandite ortaklık, komanditer ortaklık, limitet şirket terimleri sokaktaki vatandaşa fazla bir şey söylememektedir. Oysa Batı dillerinde bu kelimelerin sokaktaki vatandaş için anlaşılabilirliği bizdekinden çok daha fazladır. Bu tür isimlerin Türkçeleştirilmesi yine hukuk fakültelerini, Türkiye Büyük Millet Meclisini ve hükümeti ilgilendirmektedir. Dikkat edilecek konulardan biri yasalar çıkarılırken Türkçesinin gözden geçirilmesi ve bu konuda daimi olarak çalışacak bir meclis komisyonunun oluşturulmasıdır. Bu komisyon üniversiteler, Türk Dil Kurumu Meslek odaları ve sivil toplum kuruluşlarıyla birlikte çalışmalı, öz Türkçeleştirme batağına saplanmadan halkımızın severek benimseyeceği Türkçe kelimeler bulmalı veya geliştirmelidir.

#### 4.6. TİCARİ KISALTMALARIN TÜRKÇELEŞTİRİLMESİ

Özellikle ithalat ve ihracatta çok sayıda işlem orijinal İngilizce kısaltmaları kullanılarak gerçekleştirilmektedir. İş hayatında Türkçeleştirme çalışmaları eğer yapılacaksa bir bütün olarak gerçekleştirilmelidir. İş hayatının diğer alanlarında gerekli iyileştirmeler yapılırken ithalat ve ihracattaki işlemler unutulur veya bir kenarda tutulursa bu yaklaşım doğru olmaz. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde ve diğer işletmecilik okullarında dış ticarete ilişkin bu kavramlar bir taraftan öğrenilmesi zor konular olarak ortaya çıkmakta ve diğer taraftan asıl öğrenilmesi gereken bilgileri öteleyen suni yapay öğrenme alanları oluşturmaktadır. Öğrenciler, iş adamları ve teknisyenler, kelimelerin anlamını öğrenmekle vakit kaybetmemeli işlemlerin içeriği ve niteliği hakkında bilgi sahibi olmalıdırlar. Ticari kelimelerin ve kısaltmaların Türkçeleştirilmesiyle yabancı ülkelerdeki insanların ve işletmecilerin de bizim kelimelerimizi araştırmaları ve öğrenmeleri söz konusu olacaktır. Bu uygulamaları bir tür ulusalcılık, kelime ırkçılığı anlamında değil; milli benlik ve kimlik tasarımızı geliştirmenin normal bir süreci olarak görüyoruz. Yılların duyarsızlığı ve “bundan bir şey çıkmaz” anlayışı sonuçta bizi milli değerlerimizi ve hazinelerimizi yitirme noktasına getirmiştir. İngilizceyi evrensel dünya dili haline getirmek isteyen kişilerin asıl istedikleri de budur.

#### 4.7. ŞİRKET İSİMLERİNDE VE YAZIŞMALARINDA SİMGE KULLANIMI

Türkçenin kullanımı konusunda duyarsızlık eksikliği olarak değerlendirilebilecek bir diğer alan simgelerle ilgilidir. Yabancı dillerde yaygın kullanılan simgelere bir taraftan halkımız ve diğer taraftan işletmelerimiz bilinçsizce ilgi göstermekte ve sonuçta ilköğretim ve ortaöğretimde çocuklarımıza öğretmediğimiz simgelerin iş yazışmalarında, tabelalarda, broşür ve afişlerde yer aldığını görmekteyiz. Öyle ki birçoğumuz bu simgelerin anlamlarını dahi bilmemekte ve fakat onları bilinçsiz olarak kullanmaya devam etmektedir. Bu simgelerden özellikle dört tanesinin anlamları ve kullanılma amaçları Tablo 3'te verildiği gibidir.

**Tablo 3.** Şirket Yazışmalarında Simgeler

| Simge | Adı                 | Anlamı                                | Türkçe karşılığı                                                            |
|-------|---------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| &     | Ampersand işareti   | ve                                    | ve                                                                          |
| #     | Diyez işareti       | Numara                                | No.                                                                         |
| ®     | Tescil işareti      | Tescil edilmiş                        | TM                                                                          |
| ©     | Telif hakkı simgesi | Telif hakkı koruma altına alınmıştır. | Milli bir gösterim biçimi değildir. Milli gösterim biçimi belirlenmemiştir. |

Simgelerin bir bölümü bilimsel yazımda uluslararası niteliğe kavuşmuştur. Fakat yukarıda sözü edilen simgelerin sokaktaki vatandaşa hitap eden tabelalarda, iş yazışmalarında, broşürler ve kataloglarda kullanılması özensiz bir yaklaşımı temsil eder. Bilim çevrelerinin ve Türk Dil Kurumu yetkililerinin milletimize özgü tescil ve telif hakları simgesi belirlememiş olması şaşırtıcıdır. Bunun yanında henüz “Coğrafi İşaret” tanımlaması için de bir simge belirlenmiş değildir. Türk Patent Enstitüsünün Türk Dil Kurumuyla işbirliği yaparak bu konuda kendi ülkemize özgü bu tür simgeleri belirlemesi gerekmektedir. Firmalar yabancı ülkelerde İngilizce simgeleri kullanabilirler, fakat kendi ülkemizde Türkçe simgeleri kullanmaları daha uygundur ve milli kimliğimizi pekiştiren bir özelliğe sahip olacaktır.

#### **4.8. KABUL EDİLEMEZ DEYİMLER VE SLOGANLAR**

İşletme yönetici ve sahiplerinin sık yaptıkları hatalardan bir diğeri gerek tanıtım malzemelerinde ve gerekse diğer işletme yazışmalarında kabul edilemez deyim ve sloganları kullanmalarıdır. Bu tür kullanımlar; ilginç görünme, dikkati çekme, gençliğe hitap etme veya satışları artırma amacıyla yapılmaktadır. Deyim ve sloganlarda İngilizce ifadelerin seçilmesi, argo deyimlere yer verilmesi ve kaba-saba kullanımlar sonuçta insanlarımızın hayat kültürünü zayıflatmakta ve toplumda argo kültürünün yaygınlaşmasına neden olmaktadır.

“Solaryum girmeyen eve doktor girer.”

“Gucci'den babam çıksa giyerim.”

“Caddeci teenler”

“Colo'suz kaldığınızda bilin ki tek çare yine sizin Pommy'nizdir.”

Kabul edilemez deyimlerin ve sloganların kullanılması ancak etkili bir bilinçlendirme çalışmasıyla önlenabilir. Bunun için iş dünyasına yönelik tedbirlerden çok, gerek ortaöğretimde ve gerekse üniversite eğitiminde öğrencilere etkili bir bilinçlendirme çalışması yapmaya ihtiyaç vardır. Duyarlılığın artırılması genel çerçevede olursa etkili olur. Aksi halde bölük-pörçük ve dağınık duyarlılık geliştirme çalışmalarından etkili bir sonuç almamız zor olacaktır.

#### **4.9. ŞİRKETLERİN AĞ KÜMESİ SAYFALARINDA TÜRKÇE**

Türkçenin daha özenli, milletimizin konuşma diline uygun ve yabancı kelimelerden arındırılmış bir biçimde kullanılabilmesi için şirketlerin ağ kümesini oluşturan sayfalarında özellikle Batı dillerinden geçen kelimelerin Türkçeleştirilmesine ihtiyaç vardır. Şirketlerin ağ kümeleri bu açıdan maalesef çok sayıda yabancı kelime içermektedir. Bu kelimelerin bazıları ve onların yerine kullanılması önerilen kelimeler Tablo 4'te belirlenmiştir.

**Tablo 4.** Yabancı Bilgi Teknolojileriyle İlgili Kelimeler ve Önerilen Karşılıkları

| <i>Yabancı</i> | <i>Türkçe</i>  | <i>Yabancı</i> | <i>Türkçe</i>   |
|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| İnternet       | Genelağ        | save etmek     | kaydetmek       |
| web            | ağ             | banner         | şerit reklam    |
| web sitesi     | Ağ kümesi      | blog           | ağ günlüğü      |
| portal         | bilgi kümesi   | web browser    | tarayıcı        |
| web master     | ağ yöneticisi  | directory      | klasör          |
| link verme     | Bağlantı verme | soket          | yuva            |
| email          | eposta         | firewall       | güvenlik duvarı |
| hosting        | barındırma     | domain name    | alan ismi       |
| online         | çevrimiçi      | informatik     | bilişim         |

Tablodaki kelimeleri çok daha fazla artırabiliriz. Bu kelimelerin Türkçeleşmesi kullanım yaygınlığına bağlı olacaktır. Bu nedenle şirket yöneticileri, uzmanlar, ağ kümesi tasarımcıları ve ağ kümesi yöneticileri sadece kelime tercihlerinde değil bilgi teknolojilerini içeren cümle kuruluşlarında da Türkçeye özen göstermelidirler. “Hosting aldım mevcut domainimi nasıl kullanabilirim?” şeklindeki anlatım tarzları dildeki parçalanmayı ve kopuşu simgelemektedir. Bilgi teknolojisine ait kelimelerle ilgili bir diğer sorun Türkçeleştirilmiş olan kelimelerin yazım biçimleriyle ilgilidir. Bu kelimelerin yazımında İmla Kılavuzu yeterli olmamaktadır. İngilizcede bitişik yazılan kelimeleri Türkçede de bitişik yazma gibi bir zorunluluğumuz bulunmamaktadır. Bununla birlikte iki kelime halinde yapılan Türkçeleştirmelerde anlamayı ve yazmayı zorlaştıran yapılar ortaya çıkmaktadır. Bunun çözümü, kuralları esnek tutarak yazımda tire işaretlerini mümkün olduğunca kaldırmak ve birleşik yazılan kelime uygulamasına gitmektir. Birleşik yazılan kelime uygulamalarını yaygınlaştırmadığımız sürece kişiler orijinal İngilizce kelimeyi kullanmayı daha pratik bulacaklar ve o kelimeleri kullanacaklardır. Örneğin; web sitesi yerine “ağ kümesi” diyebiliriz. Fakat bu kelimenin ayrı olmak yerine bitişik yazılması daha anlamlı olacaktır. Ağ kümesi ifadesi bu şekilde kalıplaşmış bir yapı haline gelmektedir ve insanların bu kelimedenden başka bir anlam çıkarmaları nispeten daha zordur. Çağımız sürat, pratik olma, hızlı iş çıkarma ve kolay anlama işlevlerini ön plana çıkarmaktadır. Bu açıdan birleşik kelime uygulamaları, tarihin çok eski dönemlerinde kalmış soyut kurallar yerine güncel hayatın gereklerine göre belirlenmelidir. Bilim insanları soyut kurallar ve ilkeler kadar hayatın kendi dinamiklerini de göz önünde bulundurmak zorundadırlar.

#### 4.10. DİJİTAL İÇERİKLİ KELİMELERİN KULLANIMI

Dijital kelimesi Batıdan dilimize geçerek Türkçeleşmiş olan bir kelimedir. “Verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi”, “bilgisayarlar veya elektronik cihazlarla ilgili olan” anlamına gelen bu kelime aslında kendi bünyesinde bir dünyayı taşımaktadır. İşletmeler ve kurumlar; bilgisayarlarla, İnternet’le, elektronik cihazlarla, sayısal işlemlerle ilgili çok sayıdaki terim ve ifadelendirmeyi “dijital” *kelime şemsiyesinin* altında toplarlar. Son 25 yıl içinde Türkçenin en zayıf kaldığı bölge dijital içerikli kelimelerin alanıdır. İşletme ve kurum çalışanları dijital gelişmelerin hızı oranında kendilerini geliştirememişler ve adeta yağmur gibi Batıdan gelen bu kavram ve terimler karşısında çoğunlukla Türkçeleştirme çabasına girişmeden bu kelimeleri kullanma eğilimi içinde olmuşlardır. Ancak son yıllarda bu kelimelerin Türkçeleştirilmesi konusunda yoğun bir çaba harcanmakta ve olumlu yönde sonuçlar alınmaktadır. Aşağıdaki bölümde iş hayatını yakından ilgilendiren dijital içerikli bu kelime ve deyimlerden bazılarına değinilmiştir. Bu tür kelimelerin tek tek şirketler veya kurumlar tarafından Türkçeleştirilmesi söz konusu olamaz. Bu çalışma kapsamlı bir proje olarak ele alınmalı ve aynı zamanda çok yönlü kurumsal desteklerle ve kullanım zorunluluklarıyla pekiştirilmelidir. Dijital çağının rekabet güdümlü yaratıcılığı önümüzdeki yıllarda bu tür kelimelerin daha da artacağını göstermektedir. Bu tür kelimelere önce yaygınlaşmayacağı düşüncesiyle aldırış edilmemekte, fakat daha sonra geniş bir kullanıma kavuşunca değiştirme zorluğuyla karşılaşmaktadır. Dijital kelimelerin ve terimlerin istilasından kurtulmak için aydınlara, kültür elçilerine, tercümanlara, kurum ve işletme uzmanlarına düşen görev bu tür kelimeleri ilk kullandıklarında Türkçesini bulmaya çalışmaları veya Türkçe bir kelime yakıştırmalarıdır. Çünkü yapılan araştırmalar ve gözlemler şunu göstermektedir ki, anlamlı veya tutarlı olmasından çok toplumda ilk kullanım biçimi yaygınlaşmakta veya daha fazla tutunmaktadır.

**Tablo 5.** Dijital İçerikli Yabancı Kelimeler ve Önerilen Karşılıkları

| <i>Yabancı</i> | <i>Türkçe</i> | <i>Yabancı</i> | <i>Türkçe</i>                             |
|----------------|---------------|----------------|-------------------------------------------|
| Attach etmek   | Dosya eklemek | Online         | Çevrimiçi                                 |
| Forward etmek  | Göndermek     | Offline        | Çevrimdışı                                |
| Register       | Yazmaç        | Chip           | Yonga                                     |
| Prosedür       | Yordam        | Pattern        | Örüntü                                    |
| Kiosk          | Bilgi büfesi  | Server         | Sunucu                                    |
| Piksel         | İmgecik       | Icon           | Simge, İkon                               |
| Audio          | İşitsel       | Video          | Görsel                                    |
| Wireless       | Kablosuz      | Blootooth      | Mavidiş – kısa me-<br>safe radyo frekansı |

Dijital içerikli yabancı kelimeleri aynen çevirme bazen önemli hatalara neden olmaktadır. Örneğin Bluetooth kelimesini bazı yazarlar “Mavidiş” olarak çevirmektedirler. Kelimenin anlaşılır karşılığı “kısa mesafe radyo frekansı”dır. Fakat tek kelime yerine dört kelime ile ifade edilmeye çalışılması önemli bir handikap olarak ortaya çıkmaktadır. Bu engel sonuç olarak orijinal kelimenin kullanılmasını pekiştirmekte, anlamsız bir şekilde yine “Bluetooth” kelimesine dönülmesine neden olmaktadır. Dijital kelimelerin Türkçeleştirilmesinde birebir uygunluk yerine yaklaşık uygunluğa dikkat edilmesi bu tür zorlukları aşmamızı kolaylaştıracaktır. Örneğin “telefonunuzun mavidiş özelliği var mı?” ifadesi yerine “telefonunuzun dijital veri aktarma özelliği var mı?” ifadesi daha anlaşılır bulunacaktır.

Dijital dünyada günlük Türkçe kullanımımızın bir parçası haline gelen bir diğer uygulama yabancı yazılım isimleridir. Yazılım sektörümüzü geliştirip eş değerde programlar üretmediğimiz sürece bu konudaki bağımlılık devam edeceğe benzemektedir. Windows, msword, msexcel, media player, powerpoint, adobe reader, flash gibi isimler günlük konuşmalarımızı ve yazılarımızı açıkça bulanıklaştıran bir niteliğe sahiptir. Fakat istenirse bu tür yazılımlar yerine işlevleriyle cümle kurmak ve konuyu anlatmak her zaman mümkündür. MS Word kelimesi yerine rahatlıkla kelime işlem programı, MS Excel yerine tablolarlama programı ve PowerPoint kelimesi yerine ise *sunu programı veya sunu yazılımı* ifadelerini kullanabiliriz. Duyarlılık; seçme yapmayı, aceleci olmamayı ve özen göstermeyi gerektirir. Bu özelliği nedeniyle dijital alanda yazı yazmak, ifadelendirmek ve konuşma yapmak bir ölçüde daha zordur.

#### 4.11. RESMÎ KURUMLARIN İŞLEM SÖZLÜKLERİ OLUŞTURMALARI

Resmî kurumlar iş ve ticaret hayatını yöneten, düzenleyen ve teşvik eden bir özelliğe sahiptir. Bu nedenle bu kurumların kullandığı dil sonuçta dönüp dolaşmakta ve yine kendilerine dönmektedir. Resmî kurumların Türkçeyi kullanma duyarlılığının bütün diğer kurumların hepsinden daha fazla olması gerekir. Resmî kurumlar bu amaçla yazışma yaptıkları konuları, kullandıkları formları, yönetmelik ve yönergeleri dikkatlice gözden geçirmeli ve zühul eseri kullandıkları yabancı kelimelere karşı duyarlılığı artırmak için Dikkat Edilmesi Gereken Kelimeler Sözlüğü hazırlayarak bunu çalışanlarıyla paylaşmalıdırlar. Resmî kurumların Türkçe kullanma konusundaki hassasiyetleri sadece memurlara yönelik sözel tavsiyelerle gerçekleşemez. Bu tür uygulamaların sistemli bir şekilde yapılandırılmasına ihtiyaç vardır. Bunun için ilgili bakanlıklar, genel müdürlükler birimlerine genelgeler çıkarmalı ve yanlış uygulamaları geri çevirmelidirler.

## 4.12. İNTERNET, İŞ DÜNYASI VE BİLGİ AĞKÜMELERİ

İş ve ticari hayatta Türkçenin daha etkili ve yaygın kullanılması ve yabancı kelime kullanımından sakınılması için Genelağ (İnternet) kaynaklarından daha etkili bir şekilde yararlanmak gerekmektedir. Genelağda çeşitli kurum ve kuruluşların Türkçeyi daha etkili kullanmalarıyla ilgili kümeleri bulunmaktadır. Fakat bu ağkümeleri daha çok ilköğretim, ortaöğretim ve yüksek öğrenim gören öğrencilere yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu ağkümeleri iş hayatının Türkçe kelime ve karşılık bulma ihtiyaçlarını karşılamaktan uzaktır. İş hayatında çalışanlar; ürettikleri ürünlerle, ticari iş ilişkileriyle, ithalat ve ihracatla, iş unvanlarıyla ilgili konularda yabancı kelimelere yönelik Türkçe karşılığı kelimeler ve ifadelendirme biçimleri görmek istemektedir. O nedenle sadece bu amaca yönelik olarak “İş Dünyası Türkçe Bilgi kümesi” (portal) oluşturulmalı ve bu ağ kümesi iş dünyasının ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde Türkçe kelime önerileriyle zenginleştirilmelidir. Ayrıca bu bilgi kümesine soru sorulabilmeli ve uzmanlar söz konusu sorulara cevap yazabilmelidirler.

## 5. SONUÇLAR

Toplum hayatımızda ve iş dünyasında Türkçenin kullanımıyla ilgili sorunlara değinilen bu raporla elde edilmek istenen sonuç, toplumumuzun, iş adamlarımızın ve devlet adamlarımızın duyarlılık seviyesini yükseltmektir. Duyarlılık seviyesinin yükselmesi, somut davranışlara ve faaliyete geçilmesine bağlıdır. Yazılanlara ve konuşulanlara zihinsel olarak “hak verme” somut bir sonuç doğurmadığı gibi duyarlılığın geliştiğini de göstermez. Bu nedenle sonuçlar bölümünde somut eylemler, hareket tarzları ve girişimler üzerinde durulmuştur. İş dünyasında yaşanan Türkçe kullanma sorunlarını aşmak için değişik aktörlerin her biri kendi üzerlerine düşen görevleri yerine getirmeli ve böylece hep birlikte genel bir iyileşme sürecine girmeliyiz.

### 5.1. HÜKÜMETE DÜŞEN GÖREVLER

Hükümetler, bakanlıklar, genel müdürlükler ve diğer resmî kurum ve kuruluşlar aşağıdaki tedbirleri almalı ve bu tedbirleri titizlikle takip etmelidirler.

1. Türkçenin korunması ve geliştirilmesine yönelik daha önceden hazırlanan yasa tasarıları gözden geçirilmeli, gerekli revizyonlar yapılarak bu tasarılar işletmeler ve kurumlar lehine olgunlaştırılmalı ve bu yasa en kısa sürede çıkarılmalıdır.

2. *Şirket isimleri* ile piyasaya yönelik olarak kullanılacak *ticari isimler* belirli ilkeler çerçevesinde belirlenmeli ve bu konuda katı bir tutum takınmaktan kaçınılmalıdır.
3. Türkçe isimleri teşvik etmek için *reklâm panoları* Türkçe olan şirketlere ve ihracat yapılan ürünlerinde Türkçe isim kullanan işyerlerine reklam vergisi indirimleri yapılmalıdır.
4. Resmî kurumlar her türlü yazışmalarında yabancı terim, kelime, deyim ve ifadeleri kullanmaktan kaçınmalı ve Türkçe kelimeleri kullanmaya özen göstermelidirler.
5. Kamu görevlilerinden özellikle üst düzey yetkililer medyaya yönelik yaptıkları açıklamalarında yabancı kelimeleri kullanmamaları konusunda uyarılmalı veya bu konuya kendiliğinden dikkat etmelidirler.
6. Televizyonlarda bir reklâm kuşağında yer alacak yabancı isimli markaların reklamlarına sınırlandırma getirilmeli bu tür reklamların ekranda fazla kalmasının önüne geçilmelidir.
7. Türkçe kelimelerin yabancı harf ve hecelerle bozulmasına izin verilmemelidir.
8. Yabancı kuruluşların ülkemizdeki her türlü tanıtım, reklam, bilgilendirme faaliyetleri kurallara bağlanmalı ve Türkçenin kullanımı konusunda ilke ve prensipler getirilmelidir. Örneğin, sloganlarda Türkçe ifadeler kullanılmalıdır.
9. Yabancı kuruluşların satışlarında Türkçe kullanım kılavuzu, yönergesi, talimatı veya bilgi notu olmayan hiçbir ürünün satışına izin verilmemelidir.
10. Reklam filmlerinde, afişlerinde, radyolardaki reklam müzik ve cıngıllarında kullanılan sloganlar, reklam cümleleri ve ifadeler dikkatli bir şekilde gözden geçirilmeli, yabancı terimler ayıklanmalı ve ondan sonra yayımlanmasına izin verilmelidir.
11. Televizyon programlarında “dil kültürü” ve “dil folkloru” konusunda programlar yapılmalı, halkın Türkçe kelime kullanma konusundaki duyarlılıkları artırılmalıdır.
12. Televizyon, radyo ve gazete gibi kitle iletişim araçlarını kullanarak halka seslenen kişilere yönelik Türkçeyi güzel kullanma ve yazma konusunda kurslar düzenlenmeli ve bu konuda sadece en az 120 saat eğitim almış (20 gün) ve sertifikalandırılmış kişilere izin verilmelidir.

13. Yayınevlerinin yayınları Türkçeye uygunluk açısından denetlenmeli ve bu konuda Türkçe ve edebiyat öğretmenlerinden incelendiğine ve kontrol edildiğine dair yazılı imza alınmalıdır. Bu uygulamayla edebiyat ve Türkçe öğretmenleri hem ek bir gelir temin etmiş olacaklar, hem de Türkçeleştirme hızı ve duyarlılığı artmış olacaktır.
14. Yabancı dillerden dilimize çevrilen eserler bir kurul tarafından denetlenmeli ve Türkçeye uygunluk açısından vize verilecek bir sistem geliştirilmelidir. Türkçeye uygunluk cümle yapıları, ifadelendirme, seçilen kelimelerin Türkçe sözlüğe ve imla kılavuzuna uygunluğu açısından kontrol edilmelidir.
15. Dil ile kültür ve medeniyet arasında bağ kurulmalı dilin geliştirilmesi ve güçlendirilmesini kültür ve medeniyet bağlamında ele alacak politikalar oluşturulmalıdır.
16. Yabancı para birimlerinin yazılış ve okunuş (telaffuz) biçimlerine ilişkin belirsizlikler netleştirilmeli ve medya kuruluşlarının bu kurallara tam olarak uymaları sağlanmalıdır. Para birimlerinin yazılış ve okunuş biçimleri mümkünse tekleştirilmelidir. Yazılış ve okunuş farklılıkları insanlarımızın nüansları gözden kaçırmalarına neden olmaktadır.
17. Merkez bankası ve diğer devlet bankaları yabancı para birimlerinin yazılış ve söyleniş biçimlerinde tek bir standarda uygun olarak hareket etmelidirler. Örneğin, Merkez Bankası, Ziraat Bankası ve Vakıflar Bankası hala İngilizce yazılış biçimiyle “euro” kelimesini kullanmaya devam etmektedir. Avro kelimesinin simgesel gösterim biçimi € şeklinde belirlenmiştir ve esas olarak uluslararası gösterim biçimine sahiptir. Avro kelimesinin uluslararası bankacılık kodu EUR şeklindedir. Fakat kelimenin Türkçe kısaltması henüz belirlenmemiştir. Bu raporda, önemli para birimleri için banka kod kısaltmaları ve simgesel gösterim biçimlerine yönelik aşağıdaki önerileri getiriyoruz (bk., Tablo 6):

**Tablo 6.** Para Birimleri İçin Kısaltma ve Bankacılık Kodu Önerileri

| <i>Para Birimi</i> | <i>Uluslararası Simgesi</i> | <i>Uluslararası Bankacılık Kodu</i> | <i>Türkçede İki Harfli Bankacılık Kodu</i> | <i>Türkçede Üç Harfli Bankacılık Kodu</i> |
|--------------------|-----------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|
| Avro               | €                           | EUR                                 | AV                                         | AVR                                       |
| Dolar              | \$                          | USD                                 | DL                                         | DLR                                       |
| Türk lirası        | ₺                           | TRY*                                | TL                                         | TRL                                       |
| Yen                | ¥                           | JPY                                 | JY                                         | JPY                                       |

\* ISO 4217 standardına göre Türk lirasının uluslararası gösterim biçimidir.

18. Para birimlerinin yazılış biçimleriyle okunuş biçimleri arasındaki nüanslara dikkat edilmeli, özellikle bankalar bu konuda öncü olmalıdırlar. Örneğin, Merkez Bankasının istatistiklerinde para birimleri ifade edilir ve yazılırken “Fransız Frangi” ifadesi kullanılmaktadır. Doğrusu “Fransız Frank’ı” olması gerekirken kelime okunduğu biçimde yazılmaktadır.
19. Türk Dil Kurumu veya devletin basın yayınıla ilgili birimleri “yabancı devlet adamlarının isimlerinin” okunma biçimlerini standardize etmeli ve yazılı medyada bu kişilerin isimlerinin okunuş biçimlerinin parantez içinde yazılması zorunluluk haline getirilmelidir. Medyada her gün yabancı devlet adamlarının isimlerinin farklı şekillerde telaffuz edilmesi hem bu isimlerin hatırlanmasında güçlük doğurmakta ve hem de kullanım karmaşası yaratarak Türkçe ağız ve dil yapısına uygun telaffuzun hangisinin olduğu konusunda belirsizlikler doğurmaktadır.
20. 13 Mayıs 1277 tarihinde Konya’yı zapteden Karamanoğlu Mehmet Bey o tarihten itibaren kendi egemenlik sınırları içerisinde resmî dilin halkın konuştuğu ve halkın anlayabileceği dil olan Türkçe olduğunu ilan etmiştir. Bu nedenle her yıl 13 Mayıs tarihi Türk Dil Bayramı olarak kutlanır. Hükümet bu tarihi aynı zamanda halkı Türkçe kullanımı konusunda bilinçlendirecek bir vesile olarak görmeli ve medya kuruluşlarının Türkçenin kullanımını en etkin ve yaygın bir şekilde tanıtımını yapmalıdır.
21. Kamu kuruluşlarının personeline doğru ve etkili Türkçe konuşmaları konusunda hizmet içi eğitimler verilmeli ve bu tür eğitimlere süreklilik kazandırılmalıdır.
22. Resmî kurum ve kuruluşların hazırladıkları yasa, tüzük, yönetmelik, yönerge ve genelgelerde “oto prodüktör”, “performans” ve “portfolyo” gibi yabancı kelimelerin kullanımından kaçınılmalı, bunların Türkçesi kullanılmalıdır.
23. “TSE patentli ürünlere Türkçe isim koyma zorunluluğu getirilmelidir. Bu ürünler yurtdışına farklı isimlerle pazarlanabilir; ancak yurtiçinde Türkçe adla üretilip pazarlanmalıdır.”<sup>10</sup>
24. Türk Patent Enstitüsü her yıl en iyi Türkçe marka ismi seçerek ödüllendirilmeli ve üreticiler Türkçe marka oluşturmaya teşvik edilmelidir.

## 5.2. EĞİTİM KURUMLARIMIZA DÜŞEN GÖREVLER

Türkçenin doğru kullanılması, geliştirilmesi, yeni gelişen teknolojiler ve bilimsel bulgular karşısında yabancı kelimeleri almak yerine yeni kelimelerin türetilmesi ve yaygınlığının sağlanması için ilköğretim, ortaöğretim ve yüksek öğretim kurumlarımıza da önemli görevler düşmektedir. Bu konuda alınabilecek önlemleri aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

1. İlköğretim okullarında
  - a. İlköğretimde ezbercilikten uzak dili doğru ve iyi kullanmayı amaçlayan, öğrencilere dil bilinci ve sevgisi kazandıran ana dil eğitimi verilmelidir.
  - b. İlköğretim öğrencilerinde doğru konuşma ve doğru yazmaya önem verilmeli ve bu konuda çokça pratik yaptırılarak çocuklara yazma yeteneği kazandırılmalıdır.
  - c. İlköğretim öğrencilerinin karnesinde Türkçe dersi tek bir not olarak değil üç not olarak düzenlenmelidir. Birinci not Türkçe bilgisi, ikinci not Türkçe yazma bilgisi ve üçüncü not ise Türkçe konuşma notu olarak verilmeli ve bu notlar ayırt edici bir nitelikte düzenlenmelidir.
2. Ortaöğretim kurumlarında
  - a. Okullarda yabancı dille eğitim uygulamasından vazgeçilmeli ve öğrencilerin kavram ve terimlerin öncelikle Türkçelerini öğrenmeleri sağlanmalıdır.
  - b. Öğrencilere dil bilgisi kurallarını öğretme, edebiyat yazılarını yazma ve anlama sanatı kadar, Türkçe okuma, yazma ve konuşma duyarlılığı kazandıracak etkinliklere ağırlık verilmelidir.
  - c. Öğretmenlerin Türkçe kelime kullanma ve önerme konusundaki duyarlılıklarını artırmak için mesleki seminerler düzenlenmelidir.
  - d. Türkçe duyarlılığı yazma yeteneğiyle birlikte gelişir. Bu nedenle öğrencilere edebi yazılar kadar ticari nitelikte veya iş ilişkileriyle ilgili yazılar da yazdırılmalı ve yanlış kullanılan örnekler irdelenerek bu tür kullanımın nedenleri sınıf ortamlarında analiz edilmelidir.
  - e. Milli Eğitim Bakanlığının basmış olduğu kitaplara izin veren kurullar bu kitaplarda Türkçesi olduğu yabancı kelime kullanan yazarları uyarmalı ve bu tür kelimelerin söz konusu kitaplardan çıkarılmasını sağlamalıdır.

- f. Meslek liselerinde Türk Dili ve Edebiyatı ders saatleri artırılmalı, bu derslerde özellikle bilgilendirmeye değil; yazma ve konuşmaya ağırlık verilmelidir.
3. Yükseköğretim kurumlarında
  - a. Üniversitelerdeki Türkçe derslerinde kurallı yazım biçimi kadar kelimeleri doğru kullanmaya ve yine kelimeleri Türkçe olanlar arasından seçmeye önem verilmelidir.
  - b. Üniversitelerde her bir branşta yabancı kelimelerin envanteri çıkarılmalı ve branşla ilgili komisyonlar oluşturularak yabancı kelimelerin yerine Türkçe kelimeler araştırılarak bu kelimeleri yaygınlaştırıcı çalışmalar yapılmalıdır.
  - c. Mühendislik eğitimi, işletme ve iktisat eğitimi veren fakülteler endüstride kullanılan yabancı kelimeleri Türkçeleştirmeye yönelik olarak ortak çalışmalar yapmalı ve ortak sözlükler yayınlamalıdır.
4. Genel
  - a. Eğitim kurumlarımız Türkçe duyarlılığı yüksek vatandaşlar yetiştirerek onların yabancı isim, marka ve logo kullanan şirket ve ticarethanelere karşı daha dikkatli, mesafeli ve özenli olmasını sağlamalıdır.
  - b. Eğitim kurumlarımız öğrencilerini ne içlerine kapanık bir tutum içinde yetiştirmeli ve ne bütünüyle kendi değerlerine karşı umursamaz bir tutum içinde olmalarına neden olmalıdır. Türkçenin kullanımında hassas olunmalı ve fakat aynı zamanda dış ilişkilere açık bir insan tipini yetiştirmeyi hedeflemelidir.

### 5.3. TÜRK DİL KURUMUNA DÜŞEN GÖREVLER

Türk Dil Kurumu, Atatürk tarafından 1932 yılında Türk Dili Tetkik Cemiyeti adıyla kurulmuştur. Kurum aradan geçen yaklaşık 80 yıllık süre içinde dilin sadeleştirilmesi, özellikle Arapça ve Farsça kökenli kelimelerin değiştirilmesi için çalışmış; bu konuda gösterdiği başarıyı (!) ne yazık ki Batı dillerinden son 25 yılda dilimize geçen kelimeler konusunda gösterememiştir. Türk Dil Kurumunun kendisine verilen bu tarihi görevi daha geniş bir anlayış ve bakış açısı içinde gerçekleştirmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Aşırı ulusalcı yaklaşımlar bir kenara bırakılarak toplumumuzun çoğulculuk özelliği çerçevesinde yeni bir anlayış ve yaklaşımın geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede Türk Dil Kurumuna düşen görevleri aşağıdaki gibi belirleyebiliriz:

1. Türk Dil Kurumu yeniden yapılandırılmalı ve bu kuruma bağlı olarak dilimizle ilgili çalışmaları bilimsel düzeyde yürütecek bir akademi kurulmalıdır.<sup>11</sup>
2. Yeni kelime türetirken Türkçenin öz kaynaklarından ve Türk lehçelerinden faydalanılmalı ve halkın benimsemekte zorlanmayacağı kelimeler tercih edilmelidir.
3. Yazım kılavuzlarında birlik sağlanmalı; özel derneklerin, grupların ve ekiplerin kendi yazım kılavuzlarını oluşturmalarına izin verilmemelidir. Bazı özel okulların öğrencilerine kelimeleri ve ifadeleri kendi tercih ettikleri kılavuza göre okutmalarının önüne geçilmelidir.
4. Türkçe sözlükteki kelimelerin anlamları gözden geçirilmeli ve kelimelere verilen farklı anlamlar ayrıntılı bir şekilde verilerek sözlük geliştirilmelidir.
5. Türkçe sözlükteki kelime sayısı halkın yaşayan dağarcındaki kelimeler dikkate alınarak genişletilmelidir. Halkın dağarcında yaşayan Türkçeleşmiş kelimeler için Arapça, Farsça veya Yunanca gibi bir ayrıma gidilmemelidir.
6. Türk Dil Kurumu kelime hazinesinde yaptığı değişiklikleri, yabancı kelime çevirilerini ve türettiği kelimeleri çıkaracağı bir aylık bültende yayınlamalı ve bu bülteni hem Genelağ ortamında kamuoyunun bilgisine sunmalı hem de bir sirküler olarak Türkiye'deki tüm okullara göndererek daha aktif bir tutum sergilemelidir.
7. Türk Dil Kurumu üniversitelerle aktif bir işbirliği yaparak her yıl bilimsel terimlere karşılık gelen kelimeler sözlüğü yayınlamalı ve bu uygulamaya süreklilik kazandırmalıdır. Bu sözlükleri sosyal bilimler, fen bilimleri ve sağlık bilimleri için ayrı ayrı yapmalıdır.
8. Türk Dil Kurumu tarafından düzenlenen Uluslararası Türk Dil Kurultayı'nın Türkçe konuşan geniş millet topluluğumuz üzerinde belli bir etki doğurması için ortak sözlük çalışmaları yapılmalı ve bu sözlüklerin ilgili ülkelerde giderek daha etkili bir şekilde kullanılması sağlanmalıdır.
9. TDK tarafından belirli kelimeler için söyleyiş kılavuzu hazırlanmalıdır.

## 5.4. İŞ ADAMLARINA DÜŞEN GÖREVLER

İş adamlarımız milli birliğimiz, kültürümüz ve benliğimizin pekişmesi, daha da güçlenmesi için Türkçenin kullanımı konusunda aşağıdaki konularda dikkatli olmalı, bu tutum ve davranışların yaygınlaşması konusunda çaba harcamalıdır.

1. Şirket isimlerinin, ürün isimlerinin, markaların ve logoların (adlemlerin) oluşturulmasında yabancı isimlerden veya yabancı isim türevlerinden kaçınılmalı kendi milli benliğimize, tarihi geçmişimize uygun isimler tercih edilmelidir.
2. Her türlü şirket yazışmalarında Türkçe kelimelerin kullanılmasına dikkat edilmeli, sık yapılan hatalarla ilgili olarak bir kelime listesi oluşturulmalı ve bu liste şirket çalışanlarına dağıtılarak bundan sonra bu kelimelerin yerine Türkçe kelimelerin kullanılacağı uyarısı yapılmalıdır.
3. İş unvanları gözden geçirilmeli ve tamamının Türkçe olmasına dikkat edilmelidir.
4. İş yerindeki bölümlere ve birimlere Türkçe isimler verilmelidir.
5. İş yerlerindeki yabancı isimli levhalar, yön levhaları Türkçeleştirilmeli veya yanlarına Türkçeleri de yazılmalıdır.
6. Firma eğer çok ortaklı bir şirket ise Türkçe ve yabancı isimlerin her ikisi birlikte kullanılmalıdır.
7. İş adamları şirket yazışmalarında mümkün olduğunca sadece Türkçe kelimeleri kullanmalı, üretim süreçleri, malzemeler, ürünler, pazarlama kavramları açısından yabancı terimleri kullanmaktan özenle kaçınılmalıdır.
8. Şirket ve ürün isimlerinde anlamsız kelime türetme çabalarından, yabancı ve Türkçe isimleri birlikte kullanarak melez kelime üretme uygulamalarından vazgeçilmelidir.
9. Yabancı ürün ithal eden şirketler bu ürünler için “standart Türkçe kullanım kılavuzları”nı şart koşmalı veya bu kılavuzları kendileri hazırlatarak ürünlerini pazarlamalıdır. İthal ürünün Türkçe kullanım kılavuzu yoksa yapılacak işlemler ve başvurulacak merciler konusunda vatandaşlar bilgilendirilmeli ve bilinçlendirilmelidir.

## 5.5. HALKIMIZA DÜŞEN GÖREVLER

İş hayatında Türkçenin gelişigüzel ve duyarlılıktan uzak kullanılmasının önemli etkenlerinden biri de halkımızın sergilediği tutum olduğundan bu konuda halkımızın eğitilmesine, bilinçlendirilmesine ve sürekli olarak bilgilendirilmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Türkçenin geliştirilmesi, daha etkili ve yaygın bir biçimde kullanılması ilgili kurum ve kuruluşların ortak eylem birliği içinde olmalarını gerektirmektedir. Halkımıza kendi başına görevler yükleyemeyiz, ancak onları eğiterek ürün, malzeme ve hizmet tercihlerinde daha dikkatli düşünen ve karar veren kişiler haline getirebiliriz. Aşağıdaki bölümde bazı öneri ve görüşler sıralanmıştır, ancak yapılabilecekleri sadece burada sayılanlardan ibaret görmemek gerekir.

1. Gerek işsizliğin azaltılması, gerek şirketlerimizin daha fazla güçlendirilmesi için ürün ve hizmetlerimizi çoğunlukla yerli şirketlerden tedarik etmeyi düşünebiliriz.
2. Halkımızda yabancı marka, adlem (logo) ve amblem isimlerine karşı bir duyarlılık geliştirerek yabancı isimli kullanımları hoş görmemelerini, şirket sahiplerine geri besleme yaparak bu tür isimleri değiştirmelerini talep edebiliriz.
3. Özellikle amblem ve adlemlere çok meraklı ve düşkün olan çocuklarımızı eğiterek, onların bu konudaki düşkünlüklerini törpüleyebiliriz.
4. Türkçenin yanlış ve yetersiz kullanılması; büyük ölçüde alternatiflerin halkımıza sunulmamasıyla ilgilidir. Yanlış ve hatalı kelimelerin kullanılmasının önüne geçmek için az da olsa bir zaman ayırmalı ve doğru kelime için gerekli araştırmaları yapmaktan kaçınmamalıyız.
5. Halkın dilinde dolaşan ve anlamı bilinmeyen kelimelere karşı hoşnutsuzluğumuzu ifade etmeli ve bu tür kelimeleri daha çok yapay bir hava oluşturmak isteyen kişilerin kullandıkları görüşünün yaygınlaşmasını sağlamalıyız.
6. Anlatımlarda yabancı terim veya kelimeleri kullanan kişileri uyarak Türkçesini söylemeli ve bu şekilde Türkçe kelimelerin yaygınlaşmasını sağlamalıyız.
7. Halkımızın “yabancı dille eğitim”, “yabancı dilağırlıklı eğitim” konularındaki farklılığı iyi ayırt etmelerini ve böylece bir yabancı dili iyi konuşmanın yanında Türkçe eğitime daha fazla önem verilmesi konusundaki duyarlılığını artırabiliriz.
8. Halkımızı satın aldıkları yabancı ithal ürünlerde Türkçe kullanım kılavuzu olmaması halinde durumu Sanayi ve Ticaret Bakanlığının tüketici şikayetleri bölümüne başvurabilecekleri konusunda bilinçlendirebiliriz.

## 5.6. BELEDİYELERE DÜŞEN GÖREVLER

Belediyeler halk adına iş gören ve halka hizmet eden örgütlerdir. Halkın ve dolayısıyla toplumun sorunları aynı zamanda belediyeleri de ilgilendirir. Belediyeler iş hayatı üzerinde doğrudan veya dolaylı olarak pek çok şekillerde etkili olabilir. Belediye meclislerinin, yetkili oldukları alanlarda kanunlara aykırı olmamak kaydı ile aldıkları kararlar bağlayıcıdır. Belediye meclisleri, tabelalar konusunda çıkarılacak bir kanuna dayalı olarak Türkçe kontrol ve düzenleme yetkisini kullanabilirler. Bu güç ve yetkilerini kullanarak Türkçenin geliştirilmesi, iyileştirilmesi ve yanlış kullanımların önüne geçilebilmesi her zaman mümkündür. Hükümetin ve belediyelerin alabileceği tedbirlerden bazıları aşağıdaki gibidir:

1. Belediyeler işyeri tabelalarındaki Türkçe kelime ve ifadelerin kontrolü konusunda yetkilendirilebilirler. Ancak bu yetki, orijinal olarak belirlenen logolara, amblemlere ve yabancı isimlere müdahale şeklinde anlaşılmamalıdır. Türkçe kelimeler Türkçe olarak kullanılmalı, bunun dışındaki tüm özgün yazım biçimleri kendi halinde bırakılmalıdır.
2. Tabelalara yönelik ilan ve reklam gelirlerini alırken ve aynı zamanda bu tabelalara izin verirken Türkçe, ifade ve slogan kontrolleri de yapılabilir.
3. Eski tabelalardaki ve ilanlardaki Türkçe kullanım hatalarının giderilmesini sağlayacak şekilde bir süre verme ve uyarı mekanizması kurulabilir.
4. Belediye kuruluşları kendi iç ve dış yazışmalarında Türkçenin kullanımıyla ilgili kılavuz kitaplar hazırlayarak yanlış kullanım örneklerini personeline tanıtip bu tür kullanımların önüne geçecek tedbirler alabilir.
5. Belediyeler kendi geliştirdikleri yönetmelik ve yönergelerinde, görev tanımlarında, talimatlarında, kalite kitaplarında ve her türlü formlarında Türkçenin doğru kullanılma durumunu özel olarak kontrol ettirip hataları ayıklayan bir yaklaşıma sahip olabilirler.
6. Belediyeler yayımladıkları her türlü kitap, kılavuz, rehber, afiş ve matbu malzemeyi Türkçe kullanım yeterliliği açısından inceleyecek Türkçe danışmanları istihdam edebilirler. Bu konunun kurum içinde çalışan yetkililerin ve yöneticilerin sağ duyusuna bırakılması yeterli olmayabilir. Sağduyu ve bilinç düzeyinin yüksek olması, Türkçeyi doğru kullanım için yeterli değildir.
7. Belediyeler ve kültür konusuyla ilgilenen iştirakleri halkın bilinç düzeyini geliştirmeye yönelik olarak Türkçenin doğru kullanılması, geliştirilmesi ve yabancı kelimeler yerine Türkçe olanların kullanılmasıyla ilgili seminerler, sempozyumlar ve paneller düzenleyebilir.

## 5.7. MEDYA KURULUŞLARINA DÜŞEN GÖREVLER

İş hayatında Türkçenin etkili bir şekilde kullanılabilmesi için bu süreçte medya kuruluşlarının da destek vermesi gerekir. Kamuoyunu oluşturan en önemli sektörlerden biri medya kuruluşları ve bunun bileşenleri olan yazarlar, fikir adamları, spikerler ve diğer aktörlerdir. Medya kuruluşlarının Türkçenin geliştirilmesine yönelik yapabileceği katkıları aşağıdaki başlıklar altında toplayabiliriz:

1. Medya kuruluşlarında çalışan, görev üstlenen veya yayın etkinliklerine katılan kişiler kullandıkları ve seçtikleri kelimeleri gözden geçirerek bir ayıklama sürecine tabi tutabilirler.
2. Medya kuruluşları misyon, vizyon, ilkeler ve kalite politikalarına Türkçeyi güzel kullanma ilkesini alabilirler.
3. Medya kuruluşları kendi teknik terimlerini Türkçeleştirebilirler.
4. Halkın genel kelime dağarcığını göz önünde bulundurarak öz Türkçe kelimeler yerine halkın duygularını, hissiyatını, inanç ve değerlerini dikkate alan, sorumlu ve özenli bir yayıncılık faaliyeti içinde bulunabilirler.
5. Türkçe dilini halkımıza çekinik ve daraltılmış bir dil şeklinde değil; bir medeniyet, imparatorluk ve tarih dili anlayışıyla yansıtabilirler.
6. Kültür haritamız içinde yer alan ve ortak dil birliği içinde bulunduğumuz diğer ülke insanlarıyla iletişim ve etkileşimimizi kolaylaştıracak etkinlik ve organizasyonlar düzenleyebilirler.
7. Spiker, sunucu ve tartışmacılarını Türkçe kullanımı konusunda eğiterek onları daha duyarlı hale getirebilirler.

## 5.8. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARINA DÜŞEN GÖREVLER

Türkçenin geliştirilmesi, zenginleştirilmesi ve tarihi medeniyet mirasımız çerçevesinde yeniden ayağa kaldırılması için her şeyi devletten, hükümetten ve resmî kurumlardan bekleyemeyiz. Sivil toplum kuruluşları kendi kuruluş amaçları çerçevesinde Türkçenin geliştirilmesi için pek çok etkinlikte bulunabilir. Bunun için sivil toplum kuruluşlarımıza yönelik şu öneriler getirilmiştir:

1. Sivil toplum kuruluşları hazırladıkları her türlü yayın, broşür, rapor ve belgede Türkçe kullanım duyarlılığı ile hareket edebilirler.

2. Bu kuruluşlar faaliyet alanları ne olursa olsun en az yılda bir kez Türkçe kullanım sorunlarını gündemlerine alarak bir etkinlik düzenleyebilirler.
3. Dil konusunda ihtisaslaşmış diğer sivil toplum kuruluşlarının etkinliklerine katılarak bu tür çalışmalara maddi ve manevi yönden güç verebilirler.
4. Türkçenin kullanımına yönelik yanlışlıkları tespit ederek bu konuda ilgilileri uyaran ve onları izleyen bir yaklaşım içinde olabilirler.
5. İhtisas alanları çerçevesinde Türkçe terminolojinin gelişmesine yönelik kısa sözlükler, ağkümeleri, bilgilendirici, eğitici yazılar ve yayınlar yapabilirler.
6. Sivil toplum kuruluş yöneticileri halka yönelik olarak yaptıkları konuşmalarda Türkçenin kullanımına özel bir şekilde dikkat ederek halkın diliyle konuşmayı prensip haline getirebilirler.
7. Türkçe duyarlılığını geliştirmeye yönelik olarak diğer kurum ve kuruluşlarla ortak işbirliği programları geliştirebilirler.
8. Türkçenin geliştirilmesine yönelik olarak düzenlenen programlara, olimpiyatlara, sempozyumlara destek (sponsorluk) hizmeti verebilirler.

Sekiz başlık altında toplumun değişik kesimlerine görev ve yükümlülükler öngördüğümüz bu raporda son olarak vurgulamamız gereken konu, Türkçe kullanım becerisini geliştirmenin hiçbir zaman sona ermeyeceğidir. Türkçeyi iyi kullanma ve iyi yazma çabası sonsuza kadar devam edecek bir süreçtir. Bu raporun yazarını da kapsamak üzere bir çok alanda yanlış yazımlar ve kural dışı uygulamalar söz konusu olabilmektedir. Önemli olan hatasız metin üretmek ve hatasız konuşma yapmak değil; bu konuda titiz, dikkatli ve özenli bir tutum içinde olmaktır. Medeniyet ve uygarlık bilincinin uyanması ve geniş millet anlayışının gelişmesi ancak bu duyarlılıkla sağlanabilir.

## Alıntı Yapılan Kaynaklar

1. Wikipedia, "Türkçe," <<http://64.233.183.104/search?q=cache:eERRC73Y8xJ:tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrk%C3%A7e+t%C3%BCrk%C3%A7en+ke lime+k%C3%B6keni+arap%C3%A7a+fars%C3%A7a+frans%C4%B1zca &hl=tr&ct=clnk&cd=10&gl=tr>> (01.05.2008).
2. Hatice Şahin, "Türkçede Önek," <[http://evren.gonca.net/dokuman/anadizin/yabanci\\_on\\_ekler.pdf](http://evren.gonca.net/dokuman/anadizin/yabanci_on_ekler.pdf)> (11.05.2008).
3. Şükrü Haluk Akalın, "Türkçenin Teknik Terim Zenginliği," <<http://turkoloji.cu.edu.tr/YENI%20TURK%20DILI/akalin.pdf>> (11.05.2008).
4. Aynı.
5. Kanal B, Televizyon programında Türk Dil Tarih Kurumu Başkanı'nın sözel açıklamaları.
6. Wikipedia, "Türkçe," Aynı.
7. Aynı.
8. Sulal, "Türkçe Eğitim ve Edebi Düşünce Sitesi," <<http://edebiyatturkce.blogcu.com/1411865/>> (30.04.2008).
9. Ancyra, "Sicilde Yerli Tabelada Yabancı," <<http://www.ancyragnetesi.com/haber.asp?id=418>> (11.05.2008).
10. M. Üzümlü, "Güzel Dilimiz, Türkçe ve Önemi," <Bu kuruma bağlı, dilimizle ilgili çalışmaları yürütecek bir akademi kurulmalıdır.> (07.05.2008).
11. Aynı.