

KÂŞGARLI MAHMUD'UN KULLANDIĞI

TEMEL PROPAGANDA TEKNİKLERİ

Doç. Dr. Musa ÇİFCİ*

Doç. Dr. Talip YILDIRIM**

ÖZ: Çalışmada, yazılış amacı Araplara Türk dilini öğretmek olan Divanü Lûgati't-Türk farklı bir bakış açısı ile ele alınmaktadır. Eser filolojik öneminin dışında modern dil eğitim-öğretimi ve iletişim teknikleri bakımından da büyük değer taşımaktadır. Kâşgarlı Mahmud'un yabancılar Türkçenin öğretimi hedeflerini gerçekleştirirken iletişim tekniklerini başarıyla kullanması dikkati çekmektedir. Bu bağlamda, Kâşgarlı Mahmud'un eserinin girişinde Türkçeyi öğrenecek olan yabancı hedef kitleyi ikna etmek için ustalıkla başvurduğu temel propaganda teknikleri üzerinde durulmaktadır. Divanü Lûgati't-Türk'ün girişinde Kâşgarlı Mahmud'un, plain folk truth (halk diliyle ifade), parlak sözler, transfer tekniği, bandwagon tekniği, kesinliği olmayan ifadeler olmak üzere temel propaganda tekniklerinden beş tanesini kullandığı belirlenmiştir. Divanü Lûgati't-Türk'te kullanılan bu teknikler, örnekleriyle ve başvurma gerekçeleriyle birlikte değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kâşgarlı Mahmud, Divanü Lûgati't-Türk, propaganda, propaganda teknikleri, yabancı dil öğretimi.

The Propaganda Techniques Use By Mahmud Kashgari

ABSTRACT: This study investigates Divanü Lûgati't-Türk from a distinct perspective. The primary aim of the book was to teach Turkish language to Arabians. Along with its philological importance, the book shows some distinctive features in respects of communication techniques and contemporary methods of the language teaching. The author, Mahmud of Kashgar uses interpersonal communication techniques very succesfully while aiming to teach Turkish language to the non-Turkish people. This study particularly examines the propaganda techniques that Mahmud of Kashgar uses in the introduction of his book to persuade his

* Uşak Üni. Eğitim Fak. Türkçe Eğitimi Böl., musacifci@gmail.com

** Uşak Üni. Fen-Edebiyat Fak. Türk Dili ve Edebiyatı Böl, yildirimalip@hotmail.com

readers who are to learn Turkish. It was found out that the author used five different propaganda techniques at the introduction of Divanü Lûgati't-Türk, which are: plain folk truth, brilliant words, transferring technique, bandwagon technique and indefinite expressions. These techniques used in Divanü Lûgati't-Türk are evaluated with their examples and application grounds.

Key Words: Mahmud of Kashgar, Divanü Lûgati't-Türk, propaganda, propaganda techniques, foreign language teaching

GİRİŞ

Kâşgarlı Mahmud'un ölümsüz eseri, Divanü Lûgati't-Türk pek çok araştırmının, kongrenin, kurultayın temel konusunu oluşturmuştur. Bu çalışmalarda eserin çoğunlukla filolojik değeri ve Türklük bilgisi yönleri üzerinde durulmuştur. Eser, taşıdığı büyük önem dolayısıyla Türkoloji çalışmalarının temel kaynaklarından biri olma özelliğini sürdürmektedir; üzerinde yapılacak her çalışma, başka bakış açılarını da ortaya çıkaracaktır.

Son zamanlarda bu eşsiz hazinenin eğitim-öğretim bakımından taşıdığı değerlerin de dikkatleri üzerinde topladığını görüyoruz. (Onan 2003: 430; Çıfci 2004: 581-596) Bu çalışmalarda, eserin yazılış amacını göz önünde bulundurarak dil eğitimi bakımından taşıdığı özellikler, modern eğitim yöntemlerinin ışığında incelenmiştir.

Divanü Lûgati't-Türk'ün yazılma amacı, yazarının da açıkça belirttiği gibi Araplara Türkçeyi öğretmektir. Burada Türkçe yabancı bir dil olarak öğretilmektedir. Genel olarak eğitimde özel olarak dil eğitiminde motivasyon ve ikna son derece önemli rol oynamaktadır. Özellikle yabancı dil öğretimi güçlü motivasyon kaynaklarına ihtiyaç duymaktadır. Kâşgarlı'nın oldukça ustaca uyguladığı motivasyon ve ikna yöntemleri kolaylıkla fark edilmez. Ancak, farklı ve dikkatli bir gözle bakıldığında, metinler arası ilişkilerde kullanılan yöntemlerle incelendiğinde anlaşılabilir. Burada Kâşgarlı'nın amacını hedef kitle üzerinde gerçekleştirebilmek için belli başlı propaganda araçlarına da başvurduğu görülmektedir.

Propaganda Nedir?

Propaganda Latince kökenli bir kelime olup yayma anlamını taşımaktadır: “(Bir öğreti, düşünce veya inancı) Başkalarına tanıtma, benimsetme ve yayma amacıyla söz, yazı gibi yollarla gerçekleştirilen çalışma.” (Türkçe Sözlük 2010: 1948) Hem iyi hem de kötü maksatlar için kullanılabilir.

“1. Başkalarının görüşlerini etkilemek, destek sağlamak ya da karşı gruba zarar vermek üzere belli bir grup tarafından oluşturulmuş ve

aynı zamanda bozulmuş, çarpıtılmış önyargılara dayanan ve basmakalıp ifadeler taşıyan bir dizi doktrin, fikir ve tutumdur.

2. *Bir düşünceyi, tutumu, doktrini sistematik olarak tanıtma, yayma.*" (Macmillan 1988: 802)

1938'de Propaganda Analiz Enstitüsü (Institute for Propaganda Analysis) tarafından belirlenmiş, propagandanın en sık kullanılan, uluslar arası kabul görmüş ve temel teşkil eden teknikleri (Burns vd. 1982: 252) şunlardır:

Olumsuz niteleme (name calling): Belirli kanıtlara dayanmadan bazı kişileri olumsuz, kötuleyici sıfatlarla etiketlendirme, yaftalama; halk arasında yaygın olarak "*Çamur at, izi kalsın.*" diye bilinen karalama tekniği.

Parlak sözler (parıltılı genellemeler, glittering generalities): Herkesin değer verdiği, kabul ettiği kelimelerin anlamı daraltılmadan, çok geniş anlamlarda kullanılması; bazı kutsal kavramlar, dostluğu, kardeşliği, arzu edilen insanî değerleri ifade eden kelimeler: sevgi, dostluk, kardeşlik, yardım, iyilik, Allah rızası vb. Bazı kötü niyetler bu kelimeler kullanılarak, bu kelimelerin inandırıcı değerlerinden yararlanılarak gerçekleştirilmek istenebilir.

Euphemism (üslubu güzelleştirme): Anlatımda, tanımlamada, adlandırmada kaba ve ağır, kötü etki bırakan bir söz yerine daha nazik, incitici olmayan sözlerin kullanılması. George Orwell'in 1984 adlı romanında çok sayıda euphemism örneği vardır. (Orwell 1984) Söz gelimi, bugün hâkim devletler kendilerini ilgilendiren durumlarda "*soykırım*" yerine "*etnik temizlik*" sözünü kullanarak "*temizlik*" kelimesinin masumiyet ifadesinden yararlanabilmektedirler.

Transfer tekniği: Kabul görmüş, saygınlığı bulunan bir kurumla veya sembolle bir kişi, proje, ürün, düşünce arasında reklam veya imajı olumlu göstermek amacıyla organik bir bağ kurma.

Referansı hileli kullanma: Bir bilgiyi, bir iddiayı ilgisi tam olmadığı hâlde güvenilir bir kaynağa bağlama: Bakan dedi ki, BBC'den duyduğuma göre, kitapta yazıyor, istatistiklere bakılabilir.

Tamkhk tekniği: Saygın bir kişiyi ya da kurumu, gerçekte öyle olmadığı halde, kabul edilmesi istenen düşünceye, sunulan ürüne destek veriyormuş gibi gösterme: "*Başbakan da öyle düşünüyor.*" gibi.

Kesin olmayan ifadeler (Kasıtlı muğlaklık): Daha çok genellemeler yoluyla yapılan propagandadır. Burada amaç, hedef kitlenin sözün gerçekliğini yeterince analiz edemeden istenen düşünceyi benimsemesini ve yaymasını sağlamaktır.

Kart tekniği: Kasıtlı bir şekilde, bir olayın sadece bir yönünü aktarma; kartın bir yüzünü gösterme, diğer yüzünü gizleme.

Tren tekniği (bandwagon technique): Bu tekniğe yalnızlaştırma da denilmektedir. Herkesin aynı ürünü kullandığı, herkesin aynı şekilde düşündüğü ileri sürülerek farklı düşüncede olanların yalnızlaştırılması amaçlanmaktadır.

Korku tekniği: Olumsuz durumların, olayların ve örneklerin abartılı şekilde artırılarak hedef kitleyi endişeye sevk etme amaçlanmaktadır: “*Her yer anarşist kaynıyor.*”

Özdeşleşme tekniği (plain folks truth): Öyle olmadığı halde, bir düşünceyi ya da ürünü sunanların kendilerini hedef kitleden biri gibi göstermesidir. Seçim kampanyalarında siyasi liderlerin işçi tulumu giyerek onların aralarında fotoğraf çektirmeleri, onlarla aynı karavandan yemek yemeleri bu tekniğin yaygın örneklerinden biridir.

Propaganda toplumda olumsuz bir kavramsal değere sahiptir. Çoğu zaman karşıt grupların, “düşman”ların bir hilesi, aldatma aracı olarak zihinlerde yerleşmiştir. Bu algılama biçimi yanlış değildir; sadece eksiktir. Çünkü propaganda yollarına toplumsal hayatın çeşitli alanlarında rastlamak mümkündür ve bu yolların önemli bir kısmı “kara” ve kötü bir maksada yönelik değildir. Propaganda araçları toplum hayatında ender olarak bilinçli şekilde çoğu zamansa geleneksel iletişimin bir unsuru olarak kullanılmaktadır. Söz gelimi, “ölüm” kavramı ürkütücü olduğundan dolayı “öldü. ölmüş.” demek yerine “*rahmetli oldu. Kurtuldu, Hakk’a yürüdü, göçtü.*” gibi hem korkutmayan, hoş gelen hem de anlamca zenginleştirilmiş kavramların kullanılması tercih edilmektedir. Bu uygulama aynı zamanda propagandanın yedi temel tekniğinden biri olan “euphemism” (üslubu güzelleştirme)in toplumsal hayattaki yaygın bir uygulamasıdır; uygulanma amacıyla da hiçbir kötülük, aldatmaca bulunmamaktadır. Aynı şekilde, sağlık alanında yürütülen bir kampanyada şu propaganda cümlesine yer verilebilir: “Siz hâlâ aşı olmadınız mı?” Burada da propagandanın “bandwagon tekniği” uygulanmıştır; hedef kitleyi olumlu bir düşünceye doğru yönlendirerek onları bilinçlendirmeyi ve korumayı amaçlamaktadır. Aynı teknikle oluşturulmuş reklam amacıyla kullanılan şu cümlede ise propagandanın aldatıcı yönü bulunmaktadır: “Siz hâlâ annenizin margarinini mi kullanıyorsunuz?”

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı gibi bazı propaganda araçları hem olumlu hem de olumsuz maksatlara ulaşmada kullanılabilir. Ancak, “Bir musibet bin nasihatten iyidir.” atasözünde vurgulandığı üzere kötü olaylar daha kalıcı izler bıraktığından propagandanın kötü yönleri olumlu yönlerini zihinlerden çıkarmıştır.

Günümüzde propaganda kavramının olumsuz algılanmasının ana nedenlerinden biri olarak II. Dünya Savaşında Nazilerin propagandayı çok etkin biçimde kullanmaları gösterilmektedir. (Ayhan 2007: 38) Dolayısıyla olumlu şahsiyetlerin propagandaya yer vermeyeceği gibi bir toplumsal algılaşma da yerleşiktir. Bu sebeple de Kâşgarlı'nın propaganda yöntemlerini bilmesi ve kullanması akıldan uzak tutulmuştur.

Kâşgarlı Niçin Propaganda Tekniklerine Başvurmuştur?

Eğitim - öğretimin bütün alanlarında doğru ve etkili metot ve içerik kadar, belki onlardan da önemlisi, isabetli motivasyon araçlarını kullanmak, motivasyon süreçlerinden yararlanmaktır. Kâşgarlı Mahmud son derece zeki bir dilci ve dil öğreticisidir. Motivasyon kaynaklarını, çağımızın modern ve etkili motivasyon anlayışlarına uygun şekilde kullanmıştır. Bugün ikinci dil öğretiminde diğer etkenlerin yanı sıra motivasyonun ne kadar önemli olduğu bilinmektedir. (Masqoret - Gardner 2003: 170) Kâşgarlı, hem iç motivasyonu hem de dış motivasyonu, hedef kitleyi ikinci dili öğrenmeleri konusunda ikna etmek amacıyla kullanmıştır. Ayrıca, hedef kitlenin ikinci bir dili öğrenme ihtiyacının güçlendirilmesi gerekmektedir; onlar, hedef dili öğrenmelerinin gereğine inanmalıdırlar. İkinci bir dilin (yabancı dilin) öğrenilmesinde öğreneceklerin gönüllü olmaları ve hedef dilin toplumu ve kültürü hakkında olumlu kanaatler taşımaları önemlidir. (Zhonggonggao 2001: 327)

11. yüzyılda Türk - Arap ilişkileri, geçmiş zamanların çatışmalı atmosferinden oldukça uzaktır. Kâşgarlı'nın eserini sunduğu Arap coğrafyasında askerlik başta olmak üzere Türkler önemli alanlarda ön plana çıkmışlardır. Divanü Lûgati't-Türk'ün mütercimi Besim Atalay'a göre Bağdat'taki halife sarayı hemen hemen Türkler tarafından idare edilmektedir:

“Bağdat'taki Arap makamları, Bağdat'taki halife sarayı Türklerin nüfuzları altına girmişti. Yıkılmak üzere bulunan halifeliği Türkler tutuyor, halifeleri kendi dilekleri uğrunda kukla gibi kullanıyorlardı... Bundan başka bütün siyasal işler hep Türklerin elinde idi. Vilayetlere ancak Türk olan valiler gönderilebiliyordu; böylelikle Türklere yanaşmak, Türklerle iyi geçinmek isteyenlerin Türkçe öğrenmeleri bir ihtiyaç halini almıştı.” (Atalay 1985/I: XII)

Ayrıca o sırada Selçukluların Anadolu'daki siyasî ve askerî üstünlükleri de Kâşgarlı'nın eserini yazma ihtiyacını güçlendirmiş olmalıdır. (Nalbant 2008: 5; Yazıcı 2002: 46; Turan 1981: 266-270)

O dönemde Araplarda Türklere karşı ciddi negatif ön yargılar bulunmamaktadır. Kâşgarlı bu havayı iyi analiz etmiş olmalıdır ki eserini

oldukça iddialı ifadelerle Arap hükümdarı Ebul Kasım Abdullah'a sunmuştur. Kâşgarlı'nın hedef kitlenin özelliklerini iyi tanıyor olması uygulanan propaganda tekniklerinin başarısı açısından da önem taşımaktadır. (Ayhan 2007: 43-44)¹

Bu yüzyılda iki halk arasındaki iyi ilişkilerden dolayı Kâşgarlı, eserinde propaganda tekniklerini hedef kitleyi kandırmak, onlara istemedikleri bir düşünceyi benimsetmek için değil, hedef kitlenin Türkçe öğrenme isteklerini güçlendirmek ve Türkçe öğrenmelerini kolaylaştırmak amacıyla kullanmıştır. Kâşgarlı'nın uyguladığı propaganda "beyaz propaganda"dır (Tarhan 2002: 16); kaynakları bellidir. Hedef kitleyi inandırabilmek için doğru bilgileri kullanmaya özen göstermiştir.

Kâşgarlı'nın Kullandığı Propaganda Teknikleri

Divanü Lûgati't-Türk'ün girişinde (Atalay 1985/I: 2-3) Kâşgarlı'nın eserini yazma sebebini ve hangi usullerle yazdığını belirtirken başvurduğu propaganda teknikleri şunlardır:

Özdeşleşme tekniği (plain folks truth): Kâşgarlı samimi bir üslup kullanarak kendisini hedef kitleye yaklaştırmıştır. Çok bilgili olduğunu vurgulamakla birlikte, içtenlik taşıyan cümleleriyle onlar gibi olduğunu da hissettirmektedir. Ahmet Caferoğlu, Kâşgarlı'nın kendisi hakkında verdiği bilgileri (meziyetlerini, hünerlerini anlattığı cümleler) biraz safça bulmaktadır. "*Biraz safça görünmekle beraber, ortaçağ Ön ve Orta Asya şehir toplum hayatı ruhuna uygun düşmektedir.*" (Caferoğlu 1984: 20) Ancak, muhtemelen Kâşgarlı, kendine güvenilirliği sağlayıcı bir etki bırakmak amacıyla bu üslubu maksatlı kullanmış olmalıdır. Kâşgarlı, kendisini hedef kitleden biri gibi göstererek hedef kitlenin motivasyonunu artırıcı bir üslubu tercih etmiştir. (Çifci 2004: 48) Ayrıca, etkili bir iletişim için, kaynağın (verici, anlatan) güvenilir, alanında uzman, inanılır ve çekici olması gerekir. (Ergin 1995: 51-56) Bu samimi üslubun daha güzel örneklerini, sonraki yüzyıllarda yazılan dinî-didaktik eserlerde sıkça görmekteyiz. (Çifci 2003: 56)

Parlak sözler (glittering generalities): Kâşgarlı, kendisini ve Türk milletini, etkileyici cümlelerle takdim etmektedir.

"... ilbay kıldı; ...idare yularını onların ellerine verdi; ... aziz kıldı; ... üstün eyledi; ben onların en uz dillisi, en açık anlatanı, akılca en

¹ Bir propagandanın başarıya ulaşmasında şu üç unsurun önemine işaret edilmektedir: "*Yapılacak propaganda hangi tür olursa olsun, üç unsur başarısını çok etkiler: 1. Propaganda yapanın yeteneği 2. Psikolojik etüdüün iyi yapılması 3. Propagandayı kabul edecek toplumun özellikleri.*" (Tarhan 2002: 21)

incesi, soyca en köklüsü, en iyi kargı kullananı;... en iyi surette sıralamış, en iyi bir düzenle düzenlemiştir." (Atalay 1985/I: 3-4)

Kâşgarlı burada herkesin değer verdiği parlak sözlere yer vererek hedef kitleyi Türkler konusunda etkileyerek amacını gerçekleştirmek istemektedir.

Transfer tekniği: Hz. Muhammed'in saygın kişiliğini kendi düşüncesi paralelinde değerlendirerek hedef kitleyi ikna etmeye çalışmaktadır: "... *Yalavacımız ... 'Türk dilini öğreniniz; çünkü onlar için uzun sürecek egemenlik vardır' buyurmuştur.*" Bu tanıklığa başvurarak hedef kitlenin iç motivasyonunu güçlendirmeyi amaçlamaktadır. Kâşgarlı bir başka sağlam olmayan hadise (Yazıcı 2002: 32) de eserinde yer vermiştir: "*Yüce Tanrı 'Benim bir ordum vardır, ona Türk adı verdim, onları doğuda yerleştirdim. Bir ulusa kızarsam Türkleri, o ulusun üzerine musallat kılarım.'* diyor." (Atalay 1985/I: 351) Ancak, bu hadisi propaganda amacından ziyade kendi milletine duyduğu sevgi ve hayranlığı vurgulamak amacıyla kullanmış olmalıdır. Eğer propaganda amacıyla kullanmış olsaydı "*korku tekniği*"ne başvurmuş olacaktı. Eserin başında böyle bir tekniğe başvurmak çok acemice olurdu.

Ayrıca meşhur Arap gramercisi Halil'in eserine atıfta bulunarak hem Halil'i ön plana çıkarmış hem de kendi eserinin saygınlığı için meşhur gramercinin adını transfer etmiştir: "*Türk dili ile Arap dilinin atbaşı beraber yürüdükleri bilinsin diye Halil'in "Kitabül'ayn"ında yaptığı gibi... Lâkin benim tuttuğum yol, daha doğrudur.*" (Atalay 1985/I: 6)

Tren tekniği (bandwagon technique):

"Onlarla birlikte çalışanı, onlardan yana olanı aziz kıldı ve Türkler yüzünden onları her dileklerine erişirdi; bu kimseleri kötülerin – ayak takımının- şerrinden korudu. Okları dokunmaktan korunabilmek için, akli olana düşen şey, bu adamların tuttuğu yolu tutmak oldu." (Atalay 1985/I: 3)

Kâşgarlı, hedef kitleyi Türklerin dilini öğrenenlerin safına davet etmektedir. Katılmayanların yalnız ve korumasız kalacaklarını, Türklerin gazabına uğrayacaklarını vurgulayarak Arapların Türkçeyi öğrenme isteklerini artırmayı amaçlamaktadır. Burada "*Sürüden ayrılmayın.*", "*Herkesin yaptığını siz de yapın.*", "*Yalnızlaşmayın.*" telkini vurgulanmaktadır.

Kesin olmayan ifadeler: "*Bu söz doğru ise – sorgusu kendilerinin üzerlerine olsun – Türk dilini öğrenmek çok gerekli (vâcib) bir iş olur; yok, bu söz doğru değilse, akıl da bunu emreder.*" (Atalay 1985/I: 4) Kâşgarlı, kesin olmayan bir bilgiyi, çok etkili bir şekilde kullanmaktadır.

Hem iç motivasyon aracı olan inanç unsurunu hem de dış motivasyon amacıyla akılla hareket etmeyi değerlendirmektedir. Kâşgarlı, burada kendisi de samimi bir Müslüman olduğundan olsa gerek tamamen kara propaganda yapmamış, hadisin sahilik vebalini söyleyenlere bırakmıştır. Esasen burada Kâşgarlı'nın hedef kitleyi ikna için sağlam olmayan hadisin tanıklığına başvurması, tam bir "kasıtlı muğlaklık" tekniğı sayılmayabilir; ancak, kesin olmayan bir kaynağı kullanması, bu tekniğe uyan benzer bir etki oluşturmaktadır.

SONUÇ

Kâşgarlı Mahmud, yaklaşık bin yıl önceden zamanını aşarak günümüzün modern etkili iletişim tekniklerini büyük bir başarıyla kullanmış ve dehasının başka bir boyutunu bizlere göstermiştir. Günümüzde kötü maksatlarla kullanılan propaganda tekniklerini olabildiğince açık ve temiz biçimde uygulayabilmeyi başarmıştır. Türk dili ve kültürü tarihinin diğer önemli eserlerinin de dikkatli gözlerle incelenmesi sonucunda sosyal bilimlerin modern yöntemlerinin kullanıldığına şahit olmamız kuvvetle mümkündür. Geleneğin aydınlığını geleceğin inşasına taşıyabilmek için Divanü Lügati't-Türk ve benzer bilim ve kültür değerlerinin farklı bakış açılarıyla tekrar tekrar gözden geçirilmesi, Türklük biliminin kazanımlarını artıracaktır.

KAYNAKÇA

- ATALAY, Besim (çev.) (1985/I), *Divanü Lûgat-it-Türk Tercümesi*, C I, TDK Yay., Ankara.
- AYHAN, Ahmet (2007), *Propaganda Nedir?*, Literatürk Yay., İstanbul.
- BURNS, Paul, C. ROE, D. Betty, ROSS, P. Elinor (1982), *Teaching Reading in Today's Elementary Schools*, Houghton Mifflin Company, Boston.
- CAFEROĞLU, Ahmet (1982), *Türk Dili Tarihi*, Enderun Kitabevi, İstanbul.
- ÇİFCİ Musa (2004), "Kâşgarlı Mahmud'un Dil Öğretim Yöntemi Üzerine", V. *Uluslararası Türk Dil Kurultayı Bildirileri I, 20-26 Eylül 2004*, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, s. 571-596.
- ÇİFCİ, Selcen (2003), *Tuhfetü'l-Mü'min (Metin-İnceleme-Sözlük)*, Basılmamış Doktora Tezi, Danışman: Prof. Dr. Muhammet Yelten, İstanbul Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ERGİN, Akif (1995), *Öğretim Teknolojileri – İletişim*, 2. bs., Anı Yay., Ankara.
- MASGORET, A. M., GARDNER, R.C. (2003), *Attitudes, Motivation, and Second Language Learning: A Meta Analysis of Studies Conducted by Gardner and Associates*, Language Learning, Supplement, Vol. 53, Issue 1, s. 167, 44p.

- NALBANT, M. Vefa (2008), *Divanü Lûgati't-Türk Grameri I*, Bilgeoğuz Yayınları, İstanbul.
- ONAN Bilginer (2003), "Divanü Lûgati't-Türk'ün Dil Öğretim Yöntemleri ve Dünya Filolojisine Katkıları Bakımından Bir Değerlendirmesi", *Türklük Bilimi Araştırmaları*, S. 13, s. 425-445.
- ORWELL, George (1984), *1984*, Çev.: Behzat Tanç, 2. bs., Yağmur Yay., İstanbul.
- TARHAN, Nevzat (2002), *Psikolojik Savaş – Gri Propaganda*, Timaş Yayını, İstanbul.
- TURAN, Osman (1981), *Türk Cihan Hâkimiyeti Mefkûresi Tarihi*, Nakışlar Yayınevi, İstanbul.
- YAZICI, Nesimi (2002), *İlk Türk-İslâm Devletleri Tarihi*, Türkiye Diyanet Vakfı Yayını, Ankara.
- ZHONGGANGGAO, DR Carl (2001), *Second Language Learning and The Teaching of Grammar*, Education, Vol. 122, Issue 2, s. 326, 11p.
- Macmillan Contemporary Dictionary* (1988), Macmillan Publishing Co., Inc., ABC Tanıtım Basımevi, İstanbul.
- Türkçe Sözlük* (2005), Türk Dil Kurumu Yay., Ankara.
- Propagandacritic.com* (ET: 06.03.2011)