

# *Bazı Osmanlı Gazetelerinde Siyasal Reklam ve Propaganda (1908-1918)\**

*Mehmet KAYA* - Niğde Üniversitesi

*Sinem SIKLON* - Kocaeli Üniversitesi

KAYA, Mehmet; SIKLON, Sinem, Bazı Osmanlı Gazetelerinde Siyasal Reklam ve Propaganda (1908 – 1918). CTAD, Yıl 8, Sayı 16 (Güz 2012), s. 61-73.

Siyasal yaşamın çeşitli yönlerinde medyanın önemli bir rolü vardır. Bu rolün siyasal yaşamın şekillenmesinde, propaganda ve kitlelere ulaşmasında göz ardı edilemeyecek bir etkisi söz konusudur. Medyanın bir parçası olan gazeteler de liderlerin halka ulaşmasında önemli bir işlev görmektedirler. Osmanlı Devleti'nin siyasal yapısında da dönemin basınının önemli bir rol üstlendiği görülmektedir. İkinci Meşrutiyet'le birlikte basın üzerindeki baskıların bir ölçüde azalması, siyasal yaşamda basının ve özellikle de periyodik aralıklarla çıkan gazetelerin katkısı büyüktür. Çalışmada, bu anlamda İkinci Meşrutiyet döneminden devletin son dönemlerinde geçen sürede, bazı gazetelerde yer alan siyasal reklamlar üzerinde durulacaktır.

Konunun işlenişinde, 1908-1918 yılları arasındaki gazetelerin iktidar ve muhalefet tarafında yer alışı yanında, bağımsız bir yapıya sahip olmaları da dikkate alınmıştır. Örnekleme yapılmış, belirtilen niteliklere göre gazeteler seçilmiştir. Siyasi yelpazenin çeşitli yönlerini yansıtmaları bakımından seçilen gazeteler, daha geçerli sonuçlara varabilmek açısından önem taşımaktadır. Bu anlamda; Tanin (İttihat Terakki Fırkası), Alemdar (Hürriyet ve İtilaf Fırkası), Tanzimat (aşırı sol), İkdam (ılımlı muhalefet), Yeni Gazete (bağımsız olmakla birlikte muhalefete yakın), Sabah (bağımsız, fakat hükümete yakın) gazeteleri seçilmiştir. Çalışmada; gazetelerde yer alan siyasal reklamlar ele alınmış, bu reklamların görselliği ve halka ulaşmadaki etkileri irdelenmeye çalışılmıştır. On yıllık süreçte siyasi partilerin halka vermek istedikleri mesajlar, gazete sütunlarına yansıyan reklamlarla ele alınmıştır.

*Anahtar Sözcükler:* Reklam, Türkiye'de Siyasal Reklam, Propaganda, Osmanlı, Basın

---

\* Bu çalışma, 14-16 Aralık 2011 tarihleri arasında Ortadoğu Teknik Üniversitesi'nde düzenlenen 12. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş ve eklemeler yapılmış son halidir.

KAYA, Mehmet; SIKLON, Sinem, Political Advertising and Propaganda on Various Ottoman Newspapers (1908-1918). CTAD, Year 8, Issue 16 (Fall 2012), p. 61-73.

The media plays a crucial role in some aspects of the politics. This role has an unneglectable influence on dynamics of the political life, particularly in terms of propaganda and communication with the public masses. Newspapers as a part of media is of special function for the leaders to get through the public. It could be seen that the press played crucial role in the political structure of the Ottoman State. For its particulars, the periodicals made serious contribution to the decrease in the pressure on the media in the Second Constitutional Era, simply II. Mesrutiyet. Thus, this study deals with the political advertisements published on some newspapers from the Second Constitutional Era till the end of the state.

Methodologically the samples were selected according to their stance to the government and their dependence on the pro-government figures in order to reflect wide aspects of the politics and reach more reliable results. In this respect, the selected newspapers and their stance are as follows: Tanin (belongs to the Union and Progress Party, pro-government), Alemdar (belongs to Freedom and Accord Party, the opposition), Tanzimat (extreme left), İkdam (moderate opposition), Yeni Gazete (independent in an opposition line) and Sabah (independent in a pro-government line). This study mainly deals with the messages of the political parties addressed to the society through political ads on the aforementioned newspapers and their visual effects in reaching the society in a ten year period (1908-1918)

*Keywords:* Advertising, Political Advertising in Turkey, Propaganda, Ottoman, Press

## Giriş

Meşrutiyet basınıni ele almadan önce, Osmanlı Devleti sınırları içinde çıkan ilk gazetelerden kısaca söz etmek gerekir. İlk Türkçe gazetenin yaygın görüşle, 11 Kasım 1831'de yayımlanan *Takvim-i Vekayi* olduğu bilinmektedir. Ancak, Mısır Valisi Kavalalı Mehmet Ali Paşa tarafından 20 Kasım 1828'de, Kahire'de çıkarılan *Vakayi-yi Mısriye* gazetesi ilk Türkçe-Arapça gazete olma özelliğini taşımaktadır.<sup>1</sup> Gazetede yer alan haberler, Türkçe-Arapça olup, haftalık yayımlanmaktaydı. İlk sayıda gazetenin çıkış nedeni tarım, endüstri ve diğer alanlardaki gelişmelerin izlenmesi, toplumun bilgilendirilmesi, yeniliklerin uygulanması olduğu belirtilmekteydi. Böylece gazete, değişimleri daha geniş kitlelere anlatarak, yeni yönetimin propagandasını yapmayı amaçlamaktaydı.<sup>2</sup>

Türkiye sınırları içinde yayımlanan ilk Türkçe gazete ise *Takvim-i Vekayi* olmuştur. Devlet yönetiminde yenilikler yapılması için büyük çabalar harcayan

<sup>1</sup> Orhan Koloğlu, *Osmanlı'dan 21. Yüzyıla Basın Tarihi*, İstanbul, 2006, s. 15-16.

<sup>2</sup> Orhan Koloğlu, *İlk Gazete İlk Polemik: Vakayi-yi Mısriye Takvimi Vakayi Çekişmesi*, Ankara, 1989, s. 27.

II. Mahmut'un bu yöndeki en önemli faaliyetlerinden biri, ilk Türkçe gazete Takvim-i Vekayi'nin yayınlanmasını sağlamak olmuştur. Gazeteyi yayınlamak ve yönetmek üzere Takvimhane Nezareti'ni kuran II. Mahmut, gazetenin adını da Takvim-i Vekayi olarak bizzat kendisi koymuştur.

Gazetenin ilk sayısında, yayınlanış amacı; “*Eskiden vak'a-nüvis denen resmî tarih yazarları, kendi çağlarının önemli olaylarını kaleme alsalar da, bunlar ancak 20-30 yıl sonra bastırılıp dağıtılırdı. Halk gerçekleri zamanında öğrenemediği için de olaylar yanlış yorumlanır ve bunun devlete zararları olurdu. Gazete, bütün bunları önleyerek, iç ve dış olayları zamanında duyurmak*” şeklinde belirtilmekteydi.<sup>3</sup>

İlk resmî gazetenin ardından özel sermayenin girişimiyle *Ceride-yi Havadis* çıkarılmıştır. Bu gazetenin yayınlanış hikâyesi oldukça ilginçtir. İngiliz Gazetesi Morning Herald'in muhabiri olan William Churchill, Kadıköy'de özel izinle avlanırken, Defterhane kâtiplerinden Necati Efendi'nin oğlunu yaralamıştır. Churchill'in bu olay nedeniyle tutuklanması, Batılı devletler tarafından Osmanlı Devleti'nin aleyhine bir koz olarak kullanılmıştır. Neticede bir dizi siyasal gelişmeler sonucunda, Churchill serbest bırakılmış, Hariciye Nazırı Akif Paşa görevden alınmıştır. Olayın kapatılması karşılığında Churchill'e bir pırlantalı nişan, 10 bin kantarlık zeytinyağı ihracı için ferman ve Türkçe gazete yayınlama imtiyazı verilmiştir. Zeytinyağı ihracı, fermanını bir Rus tüccara 350 bin kuruş karşılığında satan Churchill, Akif Paşa'nın yeniden Dâhiliye Nazırlığı'na getirilmesi nedeniyle gazeteyi çıkarmaya cesaret edememiştir. Akif Paşa'nın, dört yıl sonra görevinden ayrılması üzerine, bir basımevi kurarak hazırlıklara başlayan Churchill, 31 Temmuz 1840 yılında *Ceride-yi Havadis*'i yayınlamaya başlamıştır. İlk günlerde hiç satılmadığı için gazetenin ilk üç sayısı bedava dağıtılmıştır. Churchill, hükümete baskı yaparak, gazetesine ayda 2 bin 500 kuruş yardım yapılmasını sağlamıştır. Neticede gazete devlet yardımıyla birlikte yarı resmî nitelik kazanmıştır. Yabancı ülkelerde muhabir bulunduran gazetede dış haberlere büyük önem verilmiş, haberler iç ve dış olmak üzere iki bölüm halinde yayınlanmıştır. Kırım Savaşı'na muhabir gönderen gazeteye, savaş haberlerini ilk elden yayınlanmasıyla okuyucuların ilgisi artmıştır. Savaş haberleri, Ruzname-i *Ceride-i Havadis* adında tek sayfalık özel ek olarak yayınlanmıştır. William Churchill'in ölümünden sonra gazeteyi oğlu Alfred Churchill yönetmiştir. Churchill, *Ceride-i Havadis*'i kapatarak, Ruzname'yi yayınlamaya başlamıştır. Tercüman-ı Ahval'in yayın hayatına başlamasıyla basın tarihimizin ilk rekabet ortamı oluşmuş, güçlü bir gazeteci-yazar kadrosuna sahip olan Tercüman-ı Ahval, *Ceride-i Havadis*'i gölgede bırakmıştır. *Ceride-i Havadis* zamanla önemini kaybetmiş ve kapanmıştır.

<sup>3</sup> Hfzı Topuz, *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, İstanbul, 2003, s. 15.

## II. Meşrutiyet Öncesi Basın

Takvim-i Vekayi'nin resmî, Ceride-i Havadis'in de yarı resmi niteliğe sahip olması sebebiyle, birçok gazeteci Türk basın tarihinin başlangıcı olarak, özel teşebbüsün ürünü olan Tercüman-ı Ahval'i kabul etmektedir.<sup>4</sup> Tercüman-ı Ahval'in yayınlanması hem gazetecilik, hem de edebiyat ve kültür tarihinin dönüm noktası kabul edilmektedir. Türk gazetecilerinin ustası sayılan Ağâh Efendi, hazineden yardım almadan 21 Ekim 1860 tarihinde Tercüman-ı Ahval gazetesini yayınlamaya başlamıştır. Fikir gazeteciliğinde çığır açan, kadrosunda ünlü edebiyatçıları barındıran bu gazetenin yayın hayatına girdiği yıllarda, ülke siyasî olaylar bakımından hareketli günler yaşanmaktaydı. Bu nedenle Tercüman-ı Ahval, fikir gazeteciliği niteliğiyle okurlardan yoğun ilgi görmekteydi. Gazetede Şinasi'nin, Ahmet Vefik Paşa'nın ve Namık Kemal'in makaleleri yayınlanmaktaydı. İmzalı ilk başyazı, ilk siyasî eleştiri yazısının yanında, Şinasi'nin "Şair Evlenmesi" adlı manzum oyunu basın tarihimizin ilk tefrikası olarak Tercüman-ı Ahval'de yer almıştır. Yazı zenginliğine ve sayfa düzenine büyük önem verilen gazetede, iç ve dış haberlerin yanı sıra, resmî haberlere, tüzüklere, antlaşmalara, piyasa-borsa haberlerine ve halkın ilgisini çekecek inceleme yazılarına yer verilmekteydi. Tercüman-ı Ahval, yayın hayatına 5 yıl devam etmiş, 11 Mart 1866 tarihinde kapanmıştır.

1862'de Tercüman-ı Ahval'den ayrılan Şinasi'nin çıkardığı Tasvir-i Efkâr gazetesinde yer alan, özgürlükler lehindeki ve hükümetin politikasını eleştiren yorumlar ve imalı haberler devlette kaygı uyandırmış, bu da 1864'te Matbuat Nizamnamesi'nin yayınlanmasındaki temel siyasal sebebi oluşturmuştur.<sup>5</sup> Şinasi, Tasvir-i Efkâr'da, ilk kez ulus kavramını kullanmış, kamuoyunun önemini açıkça belirtmiş, devleti ulusun temsilcisi olarak işleri yöneten ve ulusun refahı için çalışan bir kurum olarak nitelemiştir.<sup>6</sup>

Gazete çıkarmak isteyenlerin izin almasını düzenleyen 25 Kasım 1864 tarihli Matbuat Nizamnamesi'yle basın özgürlüğüne ilk kısıtlama da getirilmiştir. Gazete çıkarmayı hükümetten alınacak izne bağlayan, hükümete gazete kapatma yetkisi veren bu nizamnameyle Tanzimat döneminde on iki gazete, ya süreli olarak kapatılmış, ya da sürekli olarak yayınlanması yasaklanmıştır. Bazıları yurt dışında yayınlanan, sayıları ona ulaşan gazetelere 1876'da ilk sansür uygulanmış, Ziya Paşa, Ebuzziya Tevfik, Ali Suavi ve Ahmet Mithat Efendi siyasal rejime yönelttikleri eleştiriler sonucu sürgüne gönderilmişlerdir.<sup>7</sup> Basın için rahat bir dönemden sansür sürecine geçiş başlamış ve İstibdat Dönemi olarak adlandırılan 1878-1908 yılları arasında kısıtlamalar artmıştır. Basın sansürü,

<sup>4</sup> Topuz, *age.*, s. 19.

<sup>5</sup> Refik Ertuğ, *Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi*, İstanbul, 1959, s. 181-182.

<sup>6</sup> Nuri İnuğur, *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul, 1982, s. 184.

<sup>7</sup> <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/809/10292.pdf>, Erişim Tarihi, 31.08.2011.

kitapların yakılması, gazetelerin kapatılması, jurnalcılığın özendirilmesi, yabancı basının satın alınması ve yabancı ülkelerle haberleşmenin engellenmesi gibi uygulamalar basın üzerindeki yasaklamaların çeşitli veçhelerini oluşturmuştur.<sup>8</sup>

Bu kısıtlamaların tipik örnekleri ise 1881'den itibaren sansürün şiddetinin artmasıyla daha fazla görülmeye başlamıştır. Nitekim Sabah gazetesi başyazarı Şemsettin Sami'nin yazıları sansür edilmiş, gazetede sansürlenmiş yazıların yerleri dünyada ilk kez, beyaz bırakılmıştır. II. Abdülhamit'in bir başka kayda değer yasağı da gazetelerde tahttan indirme, savuşturma, anayasa, özgürlük, vatan, eşitlik, Bosna, Hersek, Girit, Kıbrıs, Makedonya, Yıldız, büyük burun, Murat, istibdat, uluslararası, veliht, cumhuriyet, milletvekilleri, ayan azası, bomba, Mithat Paşa, Kemal Bey, devrim, grev, suikast, ihtilal, anarşi, sosyalizm, dinamit, infilak ve kargaşalık sözcüklerinin kullanılmasını yasaklamasıdır. V. Murat'ın çıkardığı afla sayıları onu aşan gazeteler, II. Abdülhamit'in tahta geçmesiyle Sabah, Tercüman-ı Hakikat, Türk Gazetesi, İkdam ve Mizan ile sınırlı kalmıştır.<sup>9</sup>

1908-1913 yılları arası basın tarihinde genişleme dönemi olarak adlandırılmaktadır. Genişleme dönemi öncesi parlamenter siyasal yaşamı ve buna bağlı olarak basın özgürlüğünü savundukları için yurt dışına kaçan veya sürülen aydınlar, Yeni Osmanlıların bir uzantısı olarak Balkanlar'da İttihat ve Terakki Komitesi'nde örgütlenmişlerdir. Bunun üzerine İttihatçılardan gelen bir karşı girişim ile Mahmut Şevket Paşa komutasındaki Hareket Ordusu, "31 Mart Vakası" olarak bilinen dinci ayaklanmayı bastırması ve II. Abdülhamit, 28 Nisan 1909'da tahttan indirilerek, Selanik'e sürgüne gönderilmiştir.

## II. Meşrutiyet Dönemi Basını

24 Temmuz 1908'de, II. Meşrutiyet ilan edilerek, 1876 Anayasası'na göre seçimlerin yapılacağı belirtilmiştir. Gazeteciler, aynı gün Sirkeci Garı'nın karşısında toplanarak, sansür memurlarını gazetelere sokmama ve sabaha kadar görev başında kalma kararı almışlardır.<sup>10</sup> Osmanlı Matbuat Cemiyeti Derneği'nin temelleri de bu toplantıda atılmıştır. 25 Temmuz 1908 sabahı gazeteler, uzun yıllar sonra ilk kez sansürsüz çıkmıştır. Sansürün kaldırıldığı 24 Temmuz günü, Cumhuriyet'in ilanından sonra Basın Bayramı olarak kabul edilmiştir.<sup>11</sup>

II. Meşrutiyetle gelen yeni dönemin en önemli özelliği, gazete ve dergi sayısında yaşanan artıştır. Bununla birlikte gazetelerin ve dergilerin birçoğu, yeterli okuyucu kitlesi ve gerekli bilgi birikimi olmadığı için uzun ömürlü olamamış, birkaç sayıdan sonra yayın hayatından çekilmişlerdir. II. Meşrutiyet

<sup>8</sup> Niyazi Ahmet Banoğlu, *Basın Tarihimizin Ak ve Kara Günleri*, İstanbul, 1960, s. 5.

<sup>9</sup> İnuğur, *age.*, s. 249.

<sup>10</sup> Ahmet Emin Yalman, *Gördüklerim Geçirdiklerim*, Cilt I, 1888-1912, İstanbul, 1997, s. 62.

<sup>11</sup> Topuz, *age.*, s. 82.

ilan edildiğinde, İstanbul'da günlük dört gazete yayımlanmaktaydı. Türk basınında yeni başlayan dönemle ilk iki ay içinde iki yüzün üzerinde gazete yayınlandı. Çok satan gazetelerin tirajları iki binden beş bine yükseldi.<sup>12</sup> Bu gazete furyası içinde en önemlileri şunlardır;<sup>13</sup>

**Tanin (Çınlama):** Hüseyin Cahit Yalçın, Tevfik Fikret ve Hüseyin Kazım tarafından yayınlanmıştır. İttihatçıların yayın organı sayılmaktadır. 31 Mart olayında isyancılar tarafından saldırılarak yağmalanmıştır.

**Mizan:** İttihatçılara karşı yayın yapan gazeteler arasındaydı.

**Serbestî (Özgürlük):** Mevlanzade Rifat tarafından yayınlanmaya başlanmıştır. İttihatçılar, 1909 yılında gazetenin başyazarı Hasan Fehmi'yi öldürmüşlerdir.

**Şûrâ-yı Ümmet:** İttihatçıların yayın organıydı. 31 Mart olayında yağmalanmıştır.

**Volkan:** 31 Mart olayını düzenleyen Derviş Vahdeti'nin yönetiminde çıkan eski düzenin devamından yana olan bir gazeteydi.

**Tercüman:** Ahmet Mithat Efendi'nin 1878'de kurduğu gazete, Meşrutiyet ortamında tarafsızlığını sürdürmeye çalışmaktaydı.

**Dinî gazete ve dergiler:** Bunların başında Sırat-ı Müstakim (Doğru Yol) gelir. Bu gazeteyi Mehmet Akif yönetiyordu. Bir süre sonra Sebilü'r-reşat yayımlandı. Sadâ-yı Dîn, Tarîk-i Hidâyet, Medrese ve İlmiye adlı dergiler de çıkarıldı.

**Edebiyat ve düşünce dergileri:** Genç Kalemler (Ömer Seyfettin, Aka Gündüz, Emin Bülent, Ali Canip, Ziya Gökalp), Yeni Mecmua (Ziya Gökalp, Refik Halit, Ömer Seyfettin), Türk Yurdu (Türk Ocakları yönetiminde çıkan dergi), İçtihat (Abdullah Cevdet), Mahasin (Mehmet Rauf), Musavver Muhit (Faik Sabri Duran)

### **Siyasal Reklam ve Propagandanın Tanımı ve İlişkisi**

Seçim dönemlerinin vazgeçilmez araçlarından biri olan siyasal reklam, aday ya da parti tarafından medyadan yer ve zaman satın alınarak, seçmenlerin tutum ve davranışlarını söz konusu aday veya parti lehine oluşturmak amacıyla geliştirilen mesajların hazırlanması ve yayınlanması ile ilgili bir siyasal kampanya, iletişim faaliyeti olarak tanımlanmaktadır.<sup>14</sup>

<sup>12</sup> Server İskit, *Türkiye'de Matbuat Rejimleri*, İstanbul, 1939, s. 76.

<sup>13</sup> Topuz, *age.*, s. 83.

<sup>14</sup> Çeşitli siyasal reklam tanımları için bkz Ferruh Uztuğ, *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı*, Ankara, 1999, s. 122; Lynda Lee Kaid, "Political Advertising", Dan Nimmo, Keith R. Sanders (Der.) *Handbook of Political Communication*, London, 1981, pp. 260; Michel Bongrand, *Politikada Pazarlama*, Çev. Fatoş Ersoy, İstanbul, 1992, s. 17.

Siyasal reklamcılık "bir siyasal adayın, kuruluşun ya da görüşün toplumda etkinlik kazanmasını sağlamak amacıyla yürütülen ve ticarî reklamcılık yöntemleriyle çalışan çabalar" olarak ifade edilmektedir.<sup>15</sup>

Siyasal reklamcılık faaliyetleriyle mümkün olan en kısa sürede zihinsel ve duygusal etkide bulunulmak istenmektedir.<sup>16</sup> Siyasal pazarlama ile çoğu kez tefriki güç olan siyasal reklam, siyasal pazarlama içinde seçmenlerin siyasal partiler ve adaylar hakkında bilgilendirilmesi, algılamalarının geliştirilmesi ve diğer parti veya adaylardan farkındalık oluşturmaları için kullanılan önemli bir araçtır.<sup>17</sup>

Siyasal partilerin ve siyasetçilerin, seçmenlerin siyasal inançlarını, tutumlarını veya davranışlarını etkilemek için kullandıkları yöntemler bütününe verilen isim olan *siyasal propaganda*, kitle iletişim araçları kullanılarak seçim kampanyalarında uygulanmaya başlanması üzerine, reklamcılar tarafından siyasal reklam olarak adlandırılmaya başlanmıştır. Siyasal reklam ve propaganda arasındaki fark, sadece kitle iletişim araçlarının kullanılmasından kaynaklanmaktadır.<sup>18</sup>

Kitle iletişim araçlarından doğan farka göre; propagandanın tanımı en geniş anlamıyla, tüm iletişimi, eğitimi ve tanıtımı kapsayan fikir ve düşünceleri etkilemek amacıyla yapılan bir girişimi ifade etmektedir.<sup>19</sup> Fakat daha dar bir kapsamda tanımlandığında, propaganda, toplumu etkilemek amacıyla simgeler ve semboller aracılığıyla bireylerin ve grupların inançlarını, tutumlarını ya da eylemlerini etkileme yönündeki sistemli gayretlerin tümüne verilen addır.<sup>20</sup>

Bütün bu açıklamalara ve tanımlara göre siyasal reklamın ve propagandanın ilişkisi şu şekilde belirtilebilir; Reklam ve propaganda birbirine yardımcıdır. Hem propagandada, hem de reklamda kullanılan yöntemler oldukça fazladır. Reklamın karşılığı "inanç açıklaması", fabrika markasının karşılığı simge, tecim sloganın karşılığı siyasî slogandır. Propagandanın daha çok reklamın buluşlarından ve başarılarından yararlandığı, halkın hoşuna gideceğini umduğu bir biçimi kopya ettiğini düşünmek yanlış değildir. Yeni propaganda fikrini

<sup>15</sup> Aysel Aziz, *Siyasal İletişim*, Ankara, 2007, s. 120.

<sup>16</sup> L. Shles, "Issue Content and Legitimacy in 1998 Televised Political Advertising: Hubris and Synecdoche in Promoting Presidential Candidates", Frank Biocca (Ed.), *Television and Political Advertising*, Vol. 1; Psychological Processes, New Jersey; Lawrence Erlbaum Associates, 1991, pp. 132.

<sup>17</sup> M. Emin İnal ve Özgür Karabağ, "29 Mart 2009 Yerel Seçimlerinde Siyasal Partilerin Niçinde Yerel Basınında Yer Alan Reklamlarının Karşılaştırmalı Analizi", *Niçinde Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.III, S.1, s. 41-56.

<sup>18</sup> Arsev Bektaş, *Siyasal Propaganda Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları*, İstanbul 2002, s. 227-228.

<sup>19</sup> William Albig, *Modern Public Opinion*, NewYork, 1956, s. 302.

<sup>20</sup> R.K.Merton, *Social Theory and Social Structure*, Glence, 1949, s. 265; Albig, *age.*, s. 302; Marbury Bladen Ogle, *Public Opinion and Political Dynamics*, Boston, 1950, s. 224.

benimseyip uygulayanlar için siyasal reklam etkili bir yöntem olarak ortaya çıkmış, politik propaganda kolu da, siyasal reklamlarla birlikteliğini sürdürmüştür.<sup>21</sup>

Ülkemizde siyasal mesajların aktarımını sağlayan radyo, televizyon ve yazılı basın araçlarından, belirli dönemlere kadar yeterli ölçüde yararlanılamamıştır.<sup>22</sup> Türkiye’de çok partili siyasal yaşama geçiş ile birlikte gerçek anlamda bir siyasal rekabetin ortaya çıkması, hiç kuşkusuz seçim kampanyalarının ve buna bağlı iletişim çabalarının yapısını değiştirmiştir. Yönetenler, yönetime aday olanlar, yönetilenler arasındaki iletişimin, ülkemizde uzmanlaşma sürecine girmesi uzun bir zaman almıştır.<sup>23</sup>

### **Bazı Osmanlı Gazetelerinde Siyasal Reklam ve Propaganda**

Türkiye’de, siyasal reklam faaliyetleri, 1908-1918 dönemleri arasında, belli belirsiz bir şekilde, reklam ve propaganda karışık ve birbirinin içine geçmiş olarak görülmektedir. Birbiri içine geçmiş reklam ve propaganda, gizli bir siyasal iletişim aracı olarak düşünülebilir.

Meşrutiyet ortamı ile birlikte, matbuatta, siyasal reklam ve propaganda faaliyetlerine iktidarı elinde bulunduran İttihat ve Terakki Fırkası’nın izin verdiği ölçüde küçük bilgiler olarak yer verildiği görülmektedir. Tek güç haline gelip, muhalefeti sindiren İttihat ve Terakki, kendi propagandasını taraftarı olan gazeteler vasıtasıyla yürütmekteydi. Fırka programı, izlenen siyasal yöntem ve dönemin olaylarına karşı fırkanın bakış açısı, köşe yazarları tarafından uzun makaleler halinde ele alınmıştır. Burada üzerinde durulmak istenen nokta, gazete sütunlarında yer alan reklam ve propaganda karışımı haberler olacaktır. Dönemin basın hayatı göz önüne alındığında muhalefetin propagandasını işleyebileceği bir gazetenin yayın hayatını sürdürmesi mümkün olamadığından, en azından buna yönelik haberlerin sansüre uğrayıp, yerlerinin boş bırakılmasından dolayı, eldeki bilgiler İttihat ve Terakki yönetimini destekleyici niteliktedir. Propaganda örneği sayılabilecek bazı haberlere Tanin gazetesinde rastlanmaktadır.

İttihat ve Terakki Fırkası Selanik merkezinin yayınladığı bildiriye Meşrutiyetin millet için gerekli olduğu, milletin namus ve haysiyetinin cemiyet tarafından karşılanacağı, bu yönde hükümetin üzerine düşeni yapacağı belirtilmekteydi.<sup>24</sup>

<sup>21</sup> Jean Marie Domenach, *Politika ve Propaganda*, Çev. Tahsin Yücel, İstanbul, 1995, s. 50.

<sup>22</sup> Oya Tokgöz, “Siyasal Haberleşme ve TRT’nin Rolü”, *Ankara Üniversitesi, B.Y.Y.O Yıllığı 1974/1976*, Ankara, 1977, s. 86.

<sup>23</sup> Uztuğ, *age*, s. 25.

<sup>24</sup> *Tanin*, Nr.3, 6 Recep 1326.(4 Ağustos 1908)



Meşrutiyetin ilanını müteakiben, 13 Recep 1326 (11 Ağustos 1908)'da, İttihat ve Terakki Fırkası adına iane toplayan kişilere karşı cemiyet kendini savunmak amacıyla gazetede durumu açıklayan bir ilan yayınlamıştır.

Bu ilan

*Ba'zı kimseler Osmanlı Terakkî ve İttihat Cemiyeti adına kendilerine bir sıfat-ı mahsûsa vererek, bir takım zevâta müracâ'at etmekte olduklarını haber aldık. Bu âdemlerin cemiyetle hiçbir münâsebeti olmayıp, cemiyet nâmına verilecek i'ânât için Osmanlı İttihat ve Terakkî Cemiyetinin itimadnâmesini hâmil bir beyet-i mahsûsası bulunduğu ve bu beyet i'âne verecek zevâtın esâmîsiyle mikdâr-ı i'ânâtı kayda me'mûr olup i'ânelerin ashâbı tarafından cemiyet nâmına doğrudan doğruya Osmanlı Bankasına teslim olunarak makbûzları cemiyete alınacağı beyân olunur* şeklindedir.

İlanda görüldüğü üzere bazı kişiler İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin adını kullanarak para toplamaktaydılar. İttihat ve Terakki'nin yönetime geçmesiyle cemiyetin bilgisi dışında böyle bir harekete girişilmesi karşısında gereken tepki Tanin gazetesine verilen ilanla dile getirilmiştir. Bu ilanda aynı zamanda gizli bir propaganda örneği gözlenmektedir. Halk nazarında fırkanın böyle gizli bir harekete kalkışmayacağı düşüncesinin yanında, cemiyetin itibar ve haysiyetinin de en üst düzeyde tutulması amaçlanmaktaydı. Yeni iktidara gelen bir partinin muhalefet tarafından böyle noktalar kullanılarak, aleyhte propaganda yapılmasının önünün alınması da düşünülmüş olmalıdır.<sup>25</sup>

İttihat ve Terakki Fırkası yönetimi kendi hakkında yer alan haberleri yakından takip etmekteydi. Meşrutiyetin ilanının ilk günlerinde bazı muhalif gazetelerde kendisi hakkında yayınlanan asılsız haberleri kendine yakın olan Tanin gazetesinde tekzip etmekteydi. Bu haberlerden biri Tan gazetesinde yer almaktaydı. Tan gazetesinin 25 Ağustos 1908 tarihli sayısında, İttihat ve Terakki Cemiyeti yöneticilerinden Cemal ve Necip Beylerin padişahla görüştüklerine dair bir haberin yayınlanması üzerine, cemiyet böyle bir görüşmenin gerçekleşmediğine dair Tanin'de bir tekzip yazısı yayınladı. Bu yazıda, söz konusu iki kişinin padişahla görüşmediği vurgulanmakta, böyle bir ifadenin cemiyetin oluşturduğu esasa aykırın olduğu belirtilmekteydi.<sup>26</sup>

Bu iki yazının ifade ettiği ve vurgulanması gereken bir yönü daha vardır. Cemiyet, Temmuz 1908 hareketiyle Meşrutiyet'i getirip, kendi yönetimini sağlamlaştırmak istemekte ise de, ihtilalin bu ilk günlerinde muhalefeti de kendine karşı kışkırtacak davranışlardan uzak durmaya çalışmaktaydı. Bir yıldan daha az bir süre sonra, İstanbul'u işgal edilip, bir ayaklanma çıkartılması sonucu ortaya çıkan durum cemiyetin varlığını tehdit etmesi bakımından önemlidir.

Cemiyetin Anadolu'daki izlerini de görebilmek mümkündür. Konya'da Meşrutiyetin ilanından sonra yayınlanmaya başlanan Anadolu gazetesi, İttihat ve

<sup>25</sup> Tanin, Nr. 9, 13 Recep 1326 (11 Ağustos 1908).

<sup>26</sup> Tanin, Nr. 26, 6 Şaban 1326 (3 Eylül 1908).

Terakki Fırkası'nın açıkça propagandasını yapmakta, cemiyete ait haberlere yer vermekteydi. İttihat ve Terakki Fırkası'nın Orta Anadolu'da, çalışmalarını daha iyi anlatmak istediği gazetenin ikinci sayısında açıkça görülmektedir. Haftada üç defa yayınlanan gazetenin Meşrutiyet ve cemiyet taraftarı olduğu açıkça belirtilmekteydi. Cemiyetin Edirne şubesi yönetim kurulu üyelerinden Kaymakam Galip Bey'in Konya'yı ziyaretinden övgüyle bahsedilmesi cemiyetin propagandasına bakımından örnek gösterilebilir.<sup>27</sup>

Meşrutiyet döneminin harareti savunucuları arasında Necm-i Terakki'yi de belirtmek gerekir. Haftada bir sayı olarak, Perşembe günleri yayınlanan gazete, Meşrutiyet'in önemli savunucusu olarak büyük puntolarla propaganda çalışması olarak görülebilecek haberlere yer vermiştir. Gazetenin çeşitli sayılarında bu propagandanın örnekleri vardır.

Gazete reklamları sadece fırka üzerine bulunmayıp, XIX. Yüzyılın önemli şahsiyetleri hakkında bazı haberler yer almaktaydı. Gazetenin yedinci sayısında büyük puntolarla "*Türk'ün en büyük vatanperveri Mithat Paşa*" başlığı atılmış, başlığın üstünde de Mithat Paşa'nın resmine yer verilmişti.<sup>28</sup>

Gazete, sayılarında devrin önemli simalarına yer vermekteydi. Dokuzuncu sayıda "*edib-i azam merhum Namık Kemal Bey*" büyük punto ile yazılmış, yazının üstünde de Namık Kemal Bey'in resmi konulmuştu.<sup>29</sup>

Meşrutiyetin birinci yıl dönümüne ait sayısında birinci sayfadan büyük puntolarla *Yaşasın Padişahımız, Yaşasın Hürriyet, Yaşasın 10 Temmuz* ifadesini kullanmıştır. Bu kelimeler gazetenin çizgisini göstermesi, bunu da heyecanlı bir şekilde yansıtması bakımından dikkate değer örnekler arasında sayılabilir.<sup>30</sup> Yine meşrutiyetin ikinci yıl dönümünde Afitab gazetesinde hürriyet ve eşitlik kavramlarına vurgu yapılmaktaydı. Altmışıncı sayısının ilk sayfasında "*Yaşasın Hürriyet, Yaşasın Musavat*" başlığı altında hürriyet ve eşitlik kavramları üzerinde durulmaktaydı.<sup>31</sup>

Devletin çeşitli kademesinde görevli yerel yöneticiler de meşrutiyet taraftarı beyanda bulunmakta, bu beyanlar gazete sütunlarına yansımaktaydı. Gemlik kazası Karacaali nahiyesi müdürü nahiye camisinde halka meşrutiyetin değeri ve getirdiği haklar üzerine bir konuşma yapmıştı.<sup>32</sup>

Meşrutiyet dönemi yayınlanan gazetelerin ilk günlerdeki heyecanlı ve tarafgir yazıları bir süre sonra durulmaya başlamıştır. Bu durumun, Balkan savaşları

<sup>27</sup> *Anadolu*, Nr. 2, 2 Ağustos 1324 (19 Ağustos 1908).

<sup>28</sup> *Necm-i Terakki*, Nr.7, 28 Ramazan 1326 (24 Ekim 1908)

<sup>29</sup> *Necm-i Terakki*, Nr.8, 2 Şevval 1326 (28 Ekim 1908)

<sup>30</sup> *Necm-i Terakki*, Nr. 43, 6 Recep 1327 (24 Temmuz 1909).

<sup>31</sup> *Afitab*, Nr.60, 18 Recep 1328 (26 Temmuz 1910)

<sup>32</sup> *Afitab*, Nr.61, 25 Recep 1328 (2 Ağustos 1910)

sırasında bir canlanmaya dönüştüğü gözlenmektedir. Savaş nedeniyle bu dönemde çıkan gazetelerin daha fazla propaganda içeren, halkı kahramanlığa teşvik edici sütunlara yer vermeleri, meşrutiyetin ilk günlerine bakıldığında hemen dikkati çekmektedir. Gazetelere verilen isimler de bu düşünceyi doğrular niteliktedir.<sup>33</sup>

Balkan savaşlarının zor günlerinde Peyam'ın ilk sayısında “*Türkiye Uyan, Türkiye Uyan*” başlığı altında yer alan yazıda zor günlerde halkın birlik beraberlik içinde bulunması gerektiği, topyekûn bir seferberliğin vatan için gerekli olduğu vurgulanmaktaydı.<sup>34</sup>

## Sonuç

Düşünce hayatımızda önemli bir yere sahip olan II. Meşrutiyet dönemi, getirdiği yeniliklerle de ön plana çıkmaktadır. Basın hayatında gazetelerin yayınlanmaya başlanması, bunların toplumun çeşitli kesimlerini hitap edebilecek şekilde yazılara yer vermeleri dönemin belirgin özellikleri arasında sayılabilir.

Siyasal reklamın ve propagandanın ilk şeklinin bu dönemde Türk basın hayatında görülmeye başlandığı gözlenmektedir. Siyasal reklamın ve propagandanın belirgin bir ayrımının Meşrutiyet dönemi için var olduğunu söylemek söz konusu değildir.

Siyasal düşüncenin de gelişme gösterdiği Meşrutiyet döneminde, İttihat ve Terakki'nin yönetimdeki etkinliğinin arttığı 1909 yılından itibaren basın hayatında sansürün ağırlığı daha fazla hissedilmeye başlanmıştır. Bu ağırlık yalnızca gündelik siyasi haberlerde değil, siyasi partilerin görüşlerini geniş kitlelere daha kolay ifade edebilmeyi amaçlayan siyasi reklam ve propaganda alanında da yaşanmıştır. İttihat ve Terakki taraftarı siyasi reklam ve propaganda kısıntılarına rastlanmakla birlikte, bunların basit bir üsluptan öteye gidemediği de bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Siyasal reklam ve propagandanın olgunlaşp gelişebilmesi için, çok partili siyasi hayata geçişten sonra, 1970'li yılların sonlarının beklenmesi gerekecektir. Bunu, siyasi reklamın ve propagandanın kendi içerisinde eksiklerini tamamlama yolunda geçirdiği süreç olarak değerlendirmek mümkündür.

## Kaynaklar

### Gazeteler

Afıtab

<sup>33</sup> *Ateş*, Nr. 1, 15 Mart 1911.

<sup>34</sup> *Peyam*, Nr.1, 21 Zilkade 1331 (22 Ekim 1913)

Ahali

Arş

Ateş

İfham

Necm-i Terakki

Peyam

Sabah

Tanin

### **Kitap ve Makaleler**

ALBIG William (1956) *Modern Public Opinion*, NewYork.

AZİZ Aysel (2007) *Siyasal İletişim*, Ankara.

BANOĞLU Niyazi Ahmet (1960) *Basın Taribimizin Ak ve Kara Günleri*, İstanbul.

BEKTAŞ Arsev (2002) *Siyasal Propaganda Tarihsel Evrimi ve Demokratik Toplumdaki Uygulamaları*, İstanbul.

BONGRAD Michel (1992) *Politikada Pazarlama*, Çev. Fatoş Ersoy, İstanbul.

DOMENACH Jean Marie (1995) *Politika ve Propaganda*, Çev. Tahsin Yücel, İstanbul.

ERTUG Refik (1959) *Basın ve Yayın Hareketleri Tarihi*, İstanbul.

GÜRBÜZ Esen-İNAL M. Emin (2004) *Siyasal Pazarlama Stratejik Bir Yaklaşım*, Ankara.

<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/45/809/10292.pdf>, Erişim Tarihi, 31.08.2011

İNAL M. Emin-KARADAĞ Özgür (2010) 29 Mart 2009 Yerel Seçimlerinde Siyasal Partilerin Niğde Yerel Basımında Yer Alan Reklamlarının Karşılaştırmalı Analizi, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.III, S.1, s. 41-56.

İNUGUR Nuri (1982) *Basın ve Yayın Tarihi*, İstanbul. 1982

İSKİT Server (1939) *Türkiye'de Matbuat Rejimleri*, İstanbul.

KAID Lynda Lee (1981), "Political Advertising", Dan Nimmo, Keith R. Sanders (Der.) *Handbook of Political Communication*, London, 1981

KOLOĞLU Orhan (1989) *İlk Gazete İlk Polemik: Vekayi-i Mısriye Takvimi Vekayi Çekişmesi*, Ankara.

KOLOĞLU Orhan (2006) *Osmanlı'dan 21. Yüzyula Basın Tarihi*, İstanbul.

MERTON R.K (1949) *Social Theory and Social Structure*, Glence.

NEDİMOĞLU Melih (1990) *Siyasal İletişimde Dönüşümler, Yeni Bir Olgu, Siyasal Reklamlar*, Basılmamış, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

OGLE Marbury Bladen (1950) *Public Opinion and Political Dynamics*, Boston.

SHLES L (1991) Issue Content and Legitimacy in 1998 Televised Political Advertising: Hubris and Synecdoche in Promoting Presidential Candidates. Frank Biocca (Ed.), *Television and Political Advertising*, Vol. 1: Psychological Processes, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

TOPUZ Hıfzı (2003) *II. Mahmut'tan Holdinglere Türk Basın Tarihi*, İstanbul.

---

TOKGÖZ Oya (2010) *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim*, Ankara.

UZTUĞ Ferruh (1999) *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmaji*. Ankara.

YALMAN Ahmet Emin (1997) *Gördüklerim Geçirdiklerim*, Cilt I, 1888-1912, İstanbul.