

## **BİR OSMANLI GAZETESİ OLAN VAKİT GAZETESİ'NDE (1875-1884) İLAN VE REKLAMLAR**

**Yrd. Doç. Dr. İlhan YERLİKAYA**  
KIRIKKALE ÜNİVERSİTESİ  
İktisadi İdari Bilimler Fakültesi  
Uluslararası İlişkiler Bölümü Öğretim Üyesi

### **1- GAZETE HAKKINDA KISA BİLGİ**

Vakit Gazetesi 1292 (1875) yılında Filip Efendi tarafından çıkarılmıştır. Vakit 1875'de yayına başlayan Sadakat, Meddah, Latife, Geveze ve İstikbal (kadınlara) gibi yayın organları arasında Önemli bir mevkiye sahip idi. Gazete bilhassa Kemal Paşazade Said Bey'in başyazarlığı sırasında halktan büyük rağbet görmüştür. (1) Said Bey "İcmal-i Ahval" başlığı ile gazetede yazılarını yazardı. Gazetenin yazar kadrosu arasında Süleyman Asaf (2), Ahmet Mithat, Namık Kemal, Mehmet Ayetullah gibi ünlü yazarlar bulunmakta idi.(3).

Vakit Gazetesi'nin dönemin başarılı gazeteleri arasına girmesinin en önemli sebeplerinden biri de Filip Efendinin gazete çıkartma tecrübesinden ileri gelmektedir. Filip Efendi tahsili olmadığı halde elindeki sermayeyi gazete çıkarma işine tahsis etmiş, 1866'da Ali Suavi'nin başyazarlık yaptığı ve yönettiği Muhbir Gazetesini çıkarmış idi. 1868'de Ali Raşit Bey'le beraber Terakki Gazetesini yayınlayan, Hakayık-ül Vekayi Gazetesinin yönetimini üzerine alan Filip Efendi, Tarik Gazetesinin de yayınlanmasını temin eden gazetecimizdir. Hakayık-ül Vekayi Gazetesindeki jurnalcı tutumu yüzünden kendisine bir ara "Padişah Gazetecisi" lakabı verilmişti. Bu tür tavırları ile bazen Saray'a nüfuz etmesini de bilmiştir. (4).

İletişim bilimi ile uğraşanlar Sanayi devrimi öncesi yayınlanan gazeteleri iki ana kümede toplamaktadırlar; 1- Siyasal Polemikle uğraşanlar, 2- Ticaret, İktisat, İş haberleri verenler.(5) Vakit Gazetesinin çıktığı dönemde

Osmanlı toplumu Sanayi devrimi öncesi toplumu özelliklerini arzettiğinden dolayı Vakit Gazetesi daha çok hükümet ile muhalifleri olan Genç Türkler arasındaki Siyasal Polemiklerle ilgilenmiştir. Fakat az da olsa Ticaret ve İktisatla ilgili haberlerde vermiştir.

Aslında o dönemdeki diğer gazetelerimiz de buna benzer Siyasal Polemikler içerisine girmişlerdir.

Böyle olmakla birlikte bazı bilim adamlarımızın dediği gibi Vakit Gazetesi de o günkü toplumda modernleştirme, toplumsal gelişme, ulusal kalkınma (6) Siyasal bilinçlenmeyi sağlama, eleştiri ve kontrol, kamuoyu oluşturma gibi görevleri yerine getirmeye çalışmıştır. (7) Fakat kimi zaman taraf-sız yayın yapma ilkesinden ayrılarak iktidar veya bazı grupların etkisi altına girmişlerdir. Kitle iletişim teknolojilerinin gittikçe gelişmesi, günümüzde de gelişmiş ülkelerin ve egemen kesimlerin yararına, çok etkin bir "İletişim Çarpıtması" yada "İletişimsizlik" oluşturmaktadır. (8)

O dönem aydınları arasında kimi zaman sosyal prestij için kimi zaman kamu işleri hakkında bilgi ve yorum edinmek için rağbet gören (9) Vakit Gazetesi, yukarıda belirttiğimiz gibi Filip Efendi'nin gayretleri ile yayınlanıyordu. Filip Efendi Gazetesini Bab-ı Ali caddesinde 54 numarada çıkarıyordu. Gazetenin başlığı altında "Her nevi havadisden bahseden gazetedir" ifadesi yer almakta idi. Bu cümlede belirtildiği gibi Vakit gerçekten iç ve bilhassa dış dünyadan oldukça fazla haberler vermiştir. Bu durum Avrupa'da günlük gazetelerin doğuşunda da görülür. Örneğin Mart 1702'de İngiltere'de Elizabeth Mallet isimli bir kadın tarafından yayınlanan "Daily Courant" isimli gazetede yalnızca dış haberler vermekte idi. Bu haberler ülke dışından gelen haber mektuplarından oluşmakta idi. (10) O dönemde Avrupadaki diğer gazeteler de bu minval üzere idi. Vakit Gazetesinin dış haber kaynakları arasında Ajans Havass, Ajans Bardiyo ve Reuter gibi ajanslar vardı. Ayrıca Morning Post, Observer, Times Daily Telegraph, Daily News, Pall Mall gibi çeşitli yabancı gazeteler de Vakit'in haber kaynakları arasında idi.

Matbuat hürriyetine oldukça önem veren Vakit Gazetesinde bazen bu konuda ilginç makaleler yayınlanmıştır. Örneğin 1197 numaralı Vakit'deki bir makalede; Basın özgürlüğünden, basının baskı altında tutulmaması gerektiğinden, gazetelerin halkın sözcüsü olduğundan ve gazetecilerin de haysiyetlerini koruyucu davranışlarda bulunması gerektiğinden bahsetmekte idi. (11).

Gazetede bu tür yazılar yayınlanması hükümet tarafından zaman zaman uyarılmış hatta kapatılmış olmasından kaynaklanıyordu.

Hükümet gazetede yayınlanan bazı yazıları zararlı buluyor (12), bazı- larını men ediyordu. (13). Bazen gazetede çıkan bir yazı üzerine gazete mü- dürüne uyarıcı tebliğat yapıyordu. (14) Kimi zaman da bütün gazetelere ge- nel uyarı yapıyordu. (15) Bu uyarılarda kafî gelmediği zaman gazete kapat- ma olayları da oluyordu. Örneğin Vakit İngiltere Sefiri hakkındaki lakayd bir haber üzerine iki ay kapatılmıştı. Bunun üzerine ilave bir Vakit çıkarılmış, kapatma kararı buraya dercedilmiş ve "mütala'a" başlıklı bir yazı ile hükü- metten ve sefirden özür dilenmiş, tekrar yayın hayatını sürdürebilmek için İngiliz Sefirinden (tavassut (16) istenmiştir. (17) Bu tavassut kabul edilmiş olacak ki üç gün sonra (28-safer 1296) Vakit yine yayın hayatına başlamıştır.

1298 (1883) senesinde Vakit yeniden kapatılmış sonra tekrar açılmış ise de artık hükümetle arası iyice bozulmuştu. Osmanlı Arşivlerindeki Sad- razam tarafından Padişah'a arz edilen bir yazıda Vakit hakkında şöyle söyle- niyordu:

"Vakit Gazetesi resmen tatil edildiği halde bugün yine intişar etmiş ve zaten daima aleyhdarlığı alışkanlık haline getirmiş olduğundan bu defa tatil müddetinin biraz uzunca devam ettirilmesinin münasip olduğu" (18).

Bu tarihten sonraki dönemlerde Vakit Gazetesi sahibi Filip Efendi ile Telgraf Nazırı İzzet Efendi arasında sürtüşme çıkmış ve iş mahkemeye akset- miştir. (19).

Ve nihayet Vakit Gazetesi 1884 tarihinde yayın hayatını sona erdir- miştir.

Yayın hayatı boyunca Vakit zamanının önemli gazetelerinden olan Tercüman-ı Hakikat (20) ve Hayal (21) gazetesi ile polemığe girmiştir. Bu dönemde Devletin resmi gazetesi olan Takvim-i Vekayi, Vakit ve diğer özel gazetelerle rekabet edecek hale getirilmeye çalışılıyordu. (22).

Bu dönemdeki gazeteler arasında rekabet ve polemikler olsa da gazete fiyatlarına ortak bir kararla zam yapılıyordu. Örneğin: 1145 numaralı Vakit Gazetesinden anladığımıza göre, gazete fiyatları 40 paradan 60 paraya Ceri- devî Havadis, Tercüman-ı Hakikat ve Vakit ortak kararıyla çıkarılıyordu. (23) Bundan sondaki kararlar da aşağı yukarı hep böyle olmuşt.

Vakit Gazetesinin sahibi gibi çalışanlarının da çoğunluğu Hristiyan vatandaşlardan müteşekkil idi. (24). Filip Efendi böyle bir kadro ile gazetesini profesyonel bir anlayışla yönetmeye çalışmış ve Vakit Gazetesini Basın tarihinin önemli gazeteleri arasına sokmayı başarmıştır.

Bu dönemde yayınlanan Vakit ve diğer gazeteler genelde okuma yazma bilen Aydın kesim arasında ve orta kesim arasında rağbet görmüştü. Zamanın kitle iletişim araçları olan bu gazeteler İstanbul ve büyük şehirlerde Avrupa esintili evrensel bir popüler kültür oluşturmuşlardı. (25). Bu etki kendisini sosyal ,siyasal ve ekonomik alanda göstermiştir.

Vakit Gazetesi hakkında bu kısa tanıtımdan sonra şimdi Vakit Gazetesinde reklam olgusuna geçelim.

## **2-REKLAMCILIĞIN TARİHSEL GELİŞİMİ**

Aile ekonomisinin,kapalı ekonomik düzenin geçerli olduğu ve üretimin sınırlı olduğu eski çağlarda şüphesiz ki reklamın yeri yok idi.Günümüzdeki reklamcılık anlayışı ve uygulamasının ilk izleri görebilmek için Ortaçağa dönmek gerekir.

Ortaçağın toplumsal ve ekonomik yapısı reklamın oluşması için gerekli zemini hazırlamıştır.Feodal yapıda zorunlu iş bölümünün ortaya çıkardığı tüketici-üretici ayrımı: reklamın oluşmasında önemli rol oynamıştır.İşbölümü ve mesleklerin ortaya çıkması ve üretimin fazlasının oluşması rekabet ve reklamı gündeme getirmiştir.

Tüketici-üretici ayrımı ve pazarlara açılma reklamcılık için önemli bir unsurdur.Fakat iletişim araçları ve bu safhadaki teknolojik ilerleme,matbaanın icadı ve gazetenin ortaya çıkması reklamcılığa bir ivme kazandırmıştır.Böylece eski devirlerin reklam vasıtası olan 'tella''ın yerini gazete ,ilan ve reklamları almaya başlamıştır.Bazı yazarlar reklamcılığın tarihini 'baskı makinasının bulunmasından önce` ve baskı makinasının bulunmasından sonra diye tasnife tabii tutmuşlardır.

Büyük sanayi devrimi ve bunun ortaya koyduğu çeşitli ve bol ürünler de reklamcılığa ivme kazandıran unsurlardan biridir.Avrupa`da 1615`li yıllardan itibaren gelişen gazetelerin satış ücretlerinin düşük olması ,gazeteye (ek gelir kaynağı olarak) reklamın girmesine yol açmış ve gazete reklam dostluğu kurulmuştur. (26)

Bu gelişimlerin hemen arkasından reklam ajansları kurulmaya başlanmıştır. Reklam ajansı fikrinin mucidi Gazette'in (Gazete) kurucusu Fransız The Ophroste Renaudot olduğu kabul edilir. Bu reklamcı 1630'da Pariste bir büro kurarak ilkel reklam ajansını faaliyete geçirmiştir. (27)

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ise Fransa'da Havas Haber Ajansı, reklamcılık bölümü oluşturmuştur. ABD'de ise 1840 yılına doğru modern çağın ilk Reklam ajansı ortaya çıkmıştır. (29)

Türkiye'de reklamcılığın gazetede ilk tezahürü ise 1864'te Tercüman-ı Ahval gazetesinde görülmüştür. Bu ilan yeni cami avlusunda çanak çömlek satan bir dükkanın Ramazan nedeniyle yeni çeşitler ithal ettiğini duyurmaktaydı. O günlerde Ceride-i Havadis Avrupa gazetelerinden esinlenerek ölüm ilanları yayınlamaya başlamıştır. Fakat buna rağmen o günlerde gazetelerde reklamcılık fazla ileri gidememiştir. (30) Bunun sebepleri okuma yazma bilenlerin azlığı, gazetelerin tirajının düşüklüğü, gazete fiyatlarının yüksek olması, ekonominin devletin elinde ve denetiminde olması ve serbest rekabet ortamının olmaması olarak açıklanabilir.

Tercüman-ı Ahval'in yayın hayatına başlamasından sonra Türkiye'de hızla çoğalan gazeteler aynı oranda reklamcılığa da olumlu tesirler yapmıştır. Örneğin 1870'li yıllardaki Basiret gazetesi nüshalarında bol miktarda reklam ve ilana rastlanmaktadır. (31) Fakat 1293 Osmanlı-Rus savaşı ve bunun ortaya çıkardığı mali sıkıntıların da tesiriyle Reklamcılık belirgin bir duraklamaya girmiştir. O dönem gazetelerine bakıldığında bu açık bir şekilde görülür.

1908'de meşrutiyetle gelen basın özgürlüğü, İttihat ve Terakki iktidarının uygulamaları ticari hayata bir canlılık getirmiş ve gerçek anlamda reklamcılığın başlamasını da sağlamıştır. 1909 yılında kurulan ve halen de faaliyetlerini sürdüren ilk ilan ve reklam kurumu İlanat Acantası (daha sonra ilancılık şirketi) kurulmuştur. Ancak bir kaç yıl sonra patlak veren Balkan ve I Dünya Savaşı ekonomik hayatı felce uğrattıncaya reklamcılık hemen hemen tümüyle ortadan kalkmıştır. Bu durum Cumhuriyetin ilanına kadar sürmüştür. (32)

### **3- REKLAMCILIĞIN ÖZELLİKLERİ**

Günümüzde reklam, Pazarlama bileşenlerinden biri olan tutundurma'nın (Promotion) bir alt bileşeni olarak kabul edilmektedir. Tutundurma, reklam yanında kişisel satış, satış özendirme vasıtaları (Sales Promotion), tanıtma, ilan, müşteri tüketici ilişkileri, halkla ilişkileri de kapsamaktadır. (33)

Çağımızda kitle iletişim araçlarının en önemli fonksiyonu, mal-para ilişkisinin daha da canlılık kazanmasına yardımcı olmaktır. Bunu da kitle iletişim araçları, hangi malların hangi ihtiyaçları karşıladığı yönünde bilgi vermek suretiyle sağlamaktadırlar. Dolayısı ile kitle iletişim araçları reklam olayı ile bilgi aktarma fonksiyonunu yerine getirmektedirler. ( 34)

Reklam tüketici ve müşterileri bir markadan bir maldan haberdar etmek, bilgi vermek ve müşteriyi o mala bağlamayı amaç edinmektedir. Reklamda başarının anahtarı tüketiciye bir yarar vademedebilmekte yatar. Reklamın işlevi genellikle, tüketiciyi ürünümüzü denemesi için değil, elinin altında bulunan diğer markalardan daha çok kullanması için ikna etmektir. İnsanlar bir ürünü satın almak için sıkboğaz edilmemeli yalnızca ikna edilmelidir. Reklam konusunda bir ülkede geçerli olan şeyler diğer ülkede de hemen hemen aynen geçerlidir. (35)

Reklam tüketiciye ulaştırılmak istenen özel bir mesajdır. Bu mesajın hazırlayıcısından çok, mesajın alıcısı önemlidir. (36) Yani mesaj alıcı kitlesine göre şekillenir. Bunu Vakit Gazetesindeki reklamlarda da görmek mümkündür. Araştırmamız esnasında sık sık kitap reklamlarına rastladık. Bunun sebebi o dönemin diğer gazeteleri gibi Vakit gazetesinin de aydın kesime hitap eden bir yayın organı olmasındandır. Dolayısı ile reklamlar onlara yönelik yapılmakta idi. Aşağı sınıflara yönelik tüketim ürünü, reklamı bu dönem gazetelerinde çok nadir görülür. İlk gazetelerin dilinin ağdalı olmasından da bu gazetelerin aydın kesime hitap ettiğini anlamak mümkündür. Fakat sonraki yıllarda gazeteler gerek dil gerek diğer hususlarda alt tabakaya yönelme gayreti içine girmişlerdir. (37)

#### **4- VAKİT GAZETESİNDE REKLAM**

Vakit gazetesinin yayın hayatına başladığı ilk sayı olan 26 Mayıs 1875 tarihli sayısında başlığın altındaki ilan ve reklam tarifesi şöyle idi: "Havadis sırasında dahil olacak ilanın beher satırı için 10 ve adi ilan sütununa konacak ilanlar beher satırı için 3 kuruş alınır".

Bu tarifeden de anlaşılıyor ki reklamlar 1,2 ve 3. sayfadaki haberler arasında olursa beher satırı 10, 4. sayfada (ilan ve reklam sayfası) olursa beher satırı 3 kuruştur.

Vakit gazetesinin başından sonuna kadar tüm sayılarında ilan ve reklam mevcuttur. Fakat kadınlar için çıkarılan ilavede reklam yoktur. (38) Zaten kadınlara çıkan bu Vakit düzensiz olarak ve az sayıda yayınlanmıştır.

Gazetenin ilk sayılarında koyu ve iri harflerle "Hariciye", "İlanat" gibi kısım başlıkları varken bir kaç sayı sonra bu başlıklar kaldırılmıştır. Gazetenin ilk sayısında 4. sayfadaki 8 adet ilan ve reklamdaki hepsi özel kişiler tarafından verilmiş ilandır. Mısır Posta hidiv vapuru ilanından başka hepsi kitap satış ilandır. (39)

Reklamlar genelde düz nesir yazı biçiminde, reklam araları satırbaşı, bir veya iki satırlık boşluklar ile ayrılmıştır. Yüzcüncü sayılardan sonraki Vakit nüshalarında bazı yabancı ürünlerin dikkat çekici reklamları görünmeye başlamıştır. Örneğin 116. sayıdaki bir lamba reklamı ve ecza deposu reklamı böyle dikkat çekici bir reklamdır. Reklam çerçeve içerisinde latin harfli yazılarla armalı olduğu gibi sütunun da dışına taşmış eni bir kaç sütünü kaplamıştır. Yani sütun kuralı bozulmuştur. Bu sayılarda yine özel ilanlar ağırlıklıdır. (40) Osmanlı Rus savaşına kadar özel ilan ve reklamların ağırlığı hissedilmekte idi. Bu savaşın bitiminden sonraki dönemlerde mali sıkıntılar baş göstermiş, paranın değeri düşmüş (41), devletin elindeki gayri menkul ve evkaf arazilerin satış ilanları gazetede görülmeye başlamıştır. (42)

Gazetenin 1230. sayısına gelindiğinde Banka, şirket ve Sarrafiye için ayrı bir reklam fiyatı tespit edilmiş ve beher satırı 5 kuruş olduğu açıklanmıştır. Aynı sayıda belirtildiğine göre diğer reklam ücretleri şöyle idi: "Haber arası beyanname ve ilanın beher satırı için mecidiye yirmi kuruş hesabıyla üç ve adi ilan sütunundaki ilanın beher satırı için iki kuruştur." (43) Gazete 1251. sayısından itibaren ilan ve reklamların tekrarında iskonto yapacağını bildiriyor. (44) Bunun faydası görülmüş olacak ki bundan sonraki sayılarda bazı reklamlar sürekli gazetede görülmeye başlıyordu.

Gazetenin 1132. sayısında ise bir ürünün markası başka firmalar tarafından taklit edildiği ve bu taklitlerden sakınmaları için dikkat etmeleri gereken husus müşterilere ilan ediliyordu. Bu ilginç reklamın metni şöyle idi:

"Bundan evvel ilan olunan İngiliz sigara kağıdı Hasır İskelesinde 28 numaralı zahireci mağazasında satılmakta ise de bu kağıdın bu kere taklidi zuhur eylediğinden mezkur kağıdın kapağının üzerinde dört renkten ibaret ve derun-ı kapakta baladaki imza ve numara olmadıkça taklid addolunacağı ilan olunur". (45)

Bu metnin üzerinde ise reklamı yapılan sigara kağıdının marka amblemi ve numarası bulunmakta idi.

Gazetenin aynı sayısındaki ilginç diğer bir reklam ise o zaman Os-

manlı toplumu için gayet yeni sayılabilen Tiyatro reklamı idi. Bu reklamın üzerinde iki ay yıldız arasında "Gedikpaşada Vaki Osmanlı Tiyatrosu" başlığı bulunuyordu. Bu başlık sayfanın içerisinde bariz bir şekilde göze çarpıyordu. Başlığın altında ise şu ifadeler bulunuyordu:

"Sahib-i imtiyaz Agap Efendinin Zir-i idaresinde işbu 1294 senesi Kanun-ı evvelin üçüncü Pazar günü akşamı yani Pazartesi gecesi saat ikibüçükta fevkalade surette gösterime girecektir".

şaşkın köpek  
Kanto 1. Perde

Hasan Onbaşı  
Drama 3. perde

Gazetenin diğer bir sayısında ise Berlin muahedesine göre Rumeli ve Anadolu sınırlarını gösterir renkli basım bir haritanın satıldığı dükkanları belirtir reklam mevcut idi.(46)

Gazetenin 1220. sayılarından itibaren sık sık kaime değerleri ve iptal edilen kaimeler ile ilgili resmi ilanlar mevcuttur.

1233. sayısındaki bir ilaç reklamı ise koyu çerçevesi latin harfli başlık ile dikkat çekiyor. "Quina Laroche" isimli bu ilacı alanlara mükafat olarak para, altın, madalya vs. hediyeler verildiği belirtiliyor. İlacın lezzetli olduğu mide bozukluğuna, kany az olanlara, ağır büyüyen çocuklara vs. hastalıklara iyi geldiği söyleniyor. (47)

Bu ilaç reklamı, yapılış biçimi bakımından modern reklamcılık anlayışına gayet uygun idi. (48) Reklamı yapılan bu ilaç yabancı bir üründür.

Yabancı ürünler sadece ilaç alanında değil sigara, sigara kağıdı ve konfeksiyon alanında da Osmanlı piyasasına girmeye başlamıştı. Gazetenin 1193. sayısında yabancı bir konfeksiyon kampanyasının toptan ve perakende hazır elbise satış ilanı bulunmakta idi. Bahsedilen ilanda hazır elbiselerin Viyana'da imal edildiği ve Galata'da yüksek kaldırımında 70 numaralı mağazada satıldığı belirtiliyordu. (49).

Vakit gazetesinde sadece mal ve ürünlerin reklamı değil hizmet reklamları da vardı. Gazetenin 1238. sayısında İranlı bir doktor şu satırlarla teferruatlı anlatımlı bir reklam vermişti:

"İran etibbasından Mirza Abbas nam göz tabibi bu kere Peters-



burg'dan Dersaadet'e (İstanbul'a) gelmiş ve yedinde Rusya ile İran devleti canibinden şahadetnameler bulunmuştur. Mumaiyleh gayet mahir olup pek çok kimselerin gözlerine çaresiz olmuş olduğu yedindeki tasdiknameler ile müs-bet olarak numa ilayhe müracaat etmek isteyenler Masla (?) caddesinde şeyhbos sokağı karşısında onbeş numaralı haneden ve Laleli camii şerifinin karşısında küçükyan eczahanesinden sual eylesinler. Her gün saat ikiden altıya ve sekizden ona kadar kendisini bulabileceklerdir." (50)

Gazetenin 1240 sayısında Selanik'in Ağustos şarabı reklamı da gördüğümüz ilginç ve nadir reklamlardan biri idi. (51)

Vakit Gazetesindeki reklam ve ilanları genel olarak taradıktan başka, Gazetenin muhtelif tarihlerindeki nüshalarından oluşmuş 10 adedindeki toplam reklamları inceledik ve bu incelemeden ilginç istatistik sonuçlar çıktı.

İncelediğimiz bu sayılarda toplam 143 adet ilan ve reklama rastladık. Bunların 74'ü (% 52) özel, 69'u (% 48) resmi ilan ve reklamlardan oluşuyordu. Fakat resmi ilanlar tabloda da görüldüğü gibi gazetede ki satır sayısı olarak daha fazla yer kaplamakta iken özel reklamlar 1-5 satır arasında yoğunlaşmış kısa ve öz reklamlardan oluşuyor. Resmi ilanlar ise 6-10 satır arasında yoğunlaşıyor. Dolayısı ile gazetenin reklam gelirlerinin çoğu resmi ilanlardan elde edilmektedir.

Özel ilan ve reklamların % 50'si yerli ürün ve mal reklamı iken % 50'si yabancı ürün ve mal reklamı idi.

Özel ilan ve reklamları veren kişiler açısından meseleyi ele aldığımızda şöyle bir tablo ortaya çıkıyordu. Azınlık ve yabancılar tarafından verilen reklamlar % 61, yerli ahali tarafından verilen reklamlar % 39 idi. Buradan da "Osmanlı ticari hayatının % 61'i yabancıların elinde idi." Fikrini çıkarmak çok zor olmasa gerekir.

Özel reklamların dağılımında ise ilk sırayı gayrimenkul (ev, arsa, dükkan, çiftlik vs.) mallar olmaktadır. İkinci sırayı ise sigara ve sigara kağıdı reklamı almakta idi. Buradan o dönemdeki Osmanlı toplumunda sigaranın yaygın olarak kullanıldığını da söyleyebiliriz. Üçüncü sırada ise kitap ve basılı malzemeler gelmekte idi. Bu da toplum açısından sevindirici bir olalıdır. Dördüncü sırada sağlık hizmetleri (Doktor reklamı), beşinci sırada ilaç reklamı gelmekte idi. Diğerleri ise tabloda görüldüğü gibi kayıp eşya, kayıp çocuk ve insan, sarrafiye, giyecek eşyası, yabancı dil kursu, taşımacılık, tiyatro ve

gıda maddeleri reklamlarıdır. Görüldüğü gibi en altta gıda maddeleri reklamı vardır. Bunun sebebi işlenmiş fabrikasyon gıda ürünlerinin fazla yaygın olmaması ve o dönem toplumunun tarım toplumu olmasından kaynaklanıyor olsa gerek.

Yukarıdaki reklamların çeşitleri aynı zamanda o dönem ticari hayatta cari sektörleri göstermesi açısından da ilginçtir.

Netice olarak şunu söyleyebiliriz ki, o dönem toplumunda reklam olayı henüz daha tam yaygınlaşmamış. Özel sektörden reklam verenlerin çoğunluğu gayri müslim tebea ve yabancılardan oluşmaktadır. Bunun dışında resmi ilan ve reklamlarla gazeteler devlet tarafından önemli ölçüde desteklenmektedir. Bir diğer önemli husus yabancı ürün ve malların küçümsemeyecek oranda Osmanlı piyasasında yer bulmuş olduğudur.

İlaç ve Eczane Reklamı  
Vakit Gazetesinden Bir Reklam Sayfası  
MUHTELİF TARİHLİ ON SAYIDA DURUM  
Bir Osmanlı Tiyatrosu Reklamı

## DİPNOTLAR

- (1) Server İSKİT, Türkiye'de Matbuat Rejimleri, Tahlil ve Tarihsel Kısmı, 193, s.34;
- (2) Firuzan Hüsrev TOKİN, Basın Ansiklopedisi, İstanbul 1963, s.14.
- (3) İlhan YERLİKAYA, XIX Yüzyıl Osmanlı Siyasi Hayatında Basiret Gazetesi, Van 1994, s.71,78.
- (4) M.Nuri İNÜŞUR, Basın ve Yayın Tarihi, İstanbul 1982, s.249-250.
- (5) Oya TOKGÖZ, Temel Gazetecilik, Ankara 1994, s.274.
- (6) Aysel AZİZ, Toplumsallaşma ve Kitle İletişim, Ankara 1982, s.52-53.
- (7) Orhan GÖKÇE, İletişim Bilimine Giriş, Konya 1993, s.88-89.
- (8) Ünsal OSKAY, XIX Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişimin Kültürel İşlevleri, Kurumsal Bir Yaklaşım, İstanbul 1993, s.416.
- (9) Gazetenin kullanımı hakkında geniş bilgi için bakınız: Ünsal OSKAY, Kitle Habereleşmesi Tarihine Giriş, İstanbul 1992, s.145-149.
- (10) R.B.Heath, The Popular Press (The mass media), Nelson 1984, P.4.
- (11) Vakit 1197, 28-S-1296, 30 şubat 1879, s.2.
- (12) Başbakanlık Osmanlı Arşivi (B.O.A), Yıldız Tasnifi, Yıldız Esas Evrakı (Y.E.E), Kasım 18, Karton 44, Zarf 94, Evrak no: 94/14.
- (13) B.O.A., Y.A. Hus, Dos no: 160, Sıra no: 82, 8-4-1296 tarihli belge.

- (14) B.O.A., Y.A. Hus. Dos no: 167, Sıra no: 78, 23-6-1298 tarihli bir belgede böyle bir tebliğattan bahsetmektedir.
- (15) B.O.A., Y.A.Hus, Dos no: 172, Sıra no: 19, 23-1-1300 tarihli bir arşiv belgesinde böyle genel bir tenbih var.
- (16) İngilizlerin bu günlerde 93 savaşında Rusya`ya karşı Osmanlıya yardım ettiklerinden dolayı,hükümet üzerinde nüfusu fazla idi.
- (17) İlave-i Vakit, 25-5-1296 , 27 şubat 1879 , s.1.
- (18) B.O.A., Y.A. Hus,Dos no:168,Sıra no:49,14-10-1298 tarihli belge.
- (19) B.O.A., Y.A. Hus,Dos no:169,Sıra no:109,10-4-1299 tarihli belge.
- (20) Vakit 1267, 12-Ca-1296, 3 Mayıs 1879, s.3
- (21) Server İSKİT ,Türkiye`de Matbuat Rejimleri, Tahlil ve Tarihçe Kısmı, s.45
- (22) B.O.A., Y.A. Hus Dos no:161, Sıra no:101, 28-8-1296 tarihli belge
- (23) Vakit 1145 , 3-M,1296, 28-Kanun-ı evvel 1878,s.1
- (24) Vakit 1248, 20-R-1296, 12 Nisan 1879, s.1`de `İşçilerimizin ekserisi Hristiyan olduğundan Paskalya münasebetiyle gazetemiz Pazar ve Pazartesi günleri çıkmayacaktır ` denilmekte idi.
- (25) Popüler kültür ve iletişim hakkında geniş bilgi için bakınız:Korkmaz ALEMDAR-İrfan ERDOŞAN,popüler Kültür ve İletişim, Ankara 1994.
- (26) Metin İNCEOŞLU, " Türkiye'de Reklamcılığın Tarihsel Gelişimi", A.Ü.Basın Yayın Yüksekokulu Yıllığı, 1983-1985, Ankara 1986, s.113-114.
- (27) Armond MATTELART, Reklamcılık (La Publicite), Çev:Fatoş ER-SOY), İstanbul 1991, s.11.
- (29) Jean Marie Charon, Medya Dünyası, Türkçe baskıyı yayına hazırlayan: Korkmaz ALEMDAR/İrfan ERDOŞAN, (Çev: Oya TATLIPINAR) İstanbul 1992, s.224.
- (30) İNCEOŞLU, "agm". s.119
- (31) YERLİKAYA, ag.e. s.127-129.
- (32) İNCEOŞLU, "agm", s.120.
- (33) Muhittin KARABULUT, "Reklam Stratejisi ve Reklam Kampanyası",İ.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu YıllığıI, İstanbul 1988 sayfa 38.
- (34) Orhan GÖKÇE, İletişim Bilimine Giriş, Konya 1993 sayfa 90.
- (35) David OGILUY, Bir Reklamcının İtirafı, (Çev: Selim Yazgan), İstanbul 1989, sayfa 18-19
- (36) KARABULUT, "a.g.m." sayfa 39.
- (37) Türkiye'de gazetecilik dilinin gelişimi ve doğuşu konusunda bakınız: Durali YILMAZ, "Türkiye'de Gazetecilik Dilinin Doğuşu", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1992-1993 İstanbul 1993, sayfa 171-175.

- (38) Vakit 2, (Kadınlara),3- Ramazan 1292/3 Teşrin-i evvel 1875
- (39) Vakit 1, 20-R-1292, 26 Mayıs 1875, s.4.
- (40) Vakit 116, 2-N-1292, 2 Teşrin-i evvel 1875, s.4.
- (41) Vakit 1036, 11-N-1295, 8 Eylül 1878, s.1, Stn 4; Bu dönemde kaimenin değeri sık sık düşüyordu.
- (42) Vakit 932, 24-Ca-1295, 27 Mayıs 1878, s.4; Bu sayfanın tamamında Evkaf-ı Hümayunun mahlul mallarının satış ilanı var. Bu tarihlerden sonra da buna benzer satış ilanları mevcuttur.
- (43) Vakit 1230, 2-R-1296, 25 Mart 1879, s.1
- (44) Vakit 1251, 26-R-1296, 17 Nisan 1879.
- (45) Vakit 1132, 20-Z-1295, 15-Kanun-ı evvel 1878, s.4,Stn.4
- (46) Vakit 1208, 10-R-1296, 3 Mart 1879, s.4, Stn.3
- (47) Vakit 1233, 5-R-1296, 28 Mart 1879, s.4.
- (48) Günümüzde ilaç reklamı yapılırken dikkat edilen hususlar hakkında bakınız: David Oğluy, ag.e., s.167.
- (49) Vakit 1193, 22.S-1296, 14 şubat 1879, s.4, Stn.2.
- (50) Vakit 1238, 10-R-1296, 2 Nisan 1879, s.4, Stn 3.
- (51) Vakit 1240, 12-R-1296, 4 Nisan 1879, s.4