



## KAVRAMSAL MAKALE

### Osmanlı'da Halkla İlişkiler II. Mahmut Dönemi ve İletişim Politikaları

Prof. Dr. Hüseyin DİKME, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, e-posta: [hdikme@gelisim.edu.tr](mailto:hdikme@gelisim.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-1150>

Dr. Öğr. Üyesi İpek IŞILAY, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İstanbul, e-posta: [isucu@gelisim.edu.tr](mailto:isucu@gelisim.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6298-7918>

#### Öz

Osmanlı Devleti'nde halkla ilişkilerin tarihi, geleneksel yönetim anlayışının bir yansıması olarak yöneten ile yönetilen arasında kurulan iletişim pratikleriyle şekillenmiştir. Bu çalışmada, II. Mahmut döneminde halkla ilişkiler anlayışı; camiler, vakıflar, fermanlar, merasimler, gazeteler ve geziler gibi çeşitli iletişim araçları üzerinden incelenmiştir. Söz konusu dönem, yalnızca siyasal reformların değil, aynı zamanda iletişim süreçlerinin dönüştüğü bir zaman dilimidir. Makalede bu dönüşüm, modern halkla ilişkiler kuramları ışığında yeniden yorumlanmaktadır. Bu bağlamda Grunig ve Hunt'ın dört model yaklaşımı kuramsal referans olarak değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** II. Mahmut, Osmanlı, Halkla İlişkiler, İletişim, Kamuoyu.

**Makale Gönderme Tarihi:** 13.02.2026

**Makale Kabul Tarihi:** 02.05.2026

#### Önerilen Atıf:

Dikme, H. ve Işıl原因, İ. (2026). Osmanlı'da Halkla İlişkiler II. Mahmut Dönemi ve İletişim Politikaları, *Sosyal, Beşerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(5): 270-276.



**Journal of Social, Humanities and  
Administrative Sciences**

2026, 9(5): 270-276. <https://doi.org/10.26677/TR1010.2026.1651>

ISSN: 2667-422X Dergi web sayfası: [www.sobibder.org](http://www.sobibder.org)



CONCEPTUAL PAPER

**Public Relations in the Ottoman Empire During the Period of Mahmut II and  
Communication Policies**

Prof. Dr. Hüseyin DİKME, İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, e-mail: [hdikme@gelisim.edu.tr](mailto:hdikme@gelisim.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0659-1150>

Assistant Prof. Dr. İpek İŞILAY, İstanbul Gelişim University, Faculty of Economics, Administrative and Social Sciences, İstanbul, e-mail: [isucu@gelisim.edu.tr](mailto:isucu@gelisim.edu.tr)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6298-7918>

**Abstract**

In the Ottoman Empire, the historical basis of public relations was shaped by traditional governance systems that facilitated communication between rulers and the governed. This study examines the public communication strategies and practices of Sultan Mahmud II through various instruments such as mosques, foundations, edicts, ceremonies, newspapers and provincial visits. This period not only witnessed structural reforms but also marked a transformation in state-society communication, which is critically analyzed through contemporary public relations frameworks.

**Keywords:** Mahmud II, Ottoman Empire, Public Relations, Communication, Community Engagement

**Received:** 13.02.2026

**Accepted:** 02.05.2026

**Suggested Citation:**

Dikme, H. and Işıl, İ. (2026). Public Relations in the Ottoman Empire During the Period of Mahmut II and Communication Policies, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(5): 270-276.

## GİRİŞ

Osmanlı'da Halkla İlişkilerin kavramsal ve tarihsel temelleri hususunda yapmamız gerekmiştir: Halkla ilişkiler, bir kurum ya da yöneticinin toplumla olan bağına güçlendirmek amacıyla oluşturduğu iletişim faaliyetlerini kapsar. Modern bir disiplin olarak 20. yüzyılın başlarında şekillenen halkla ilişkiler, Osmanlı gibi geleneksel yapılarda kurumsal anlamda yer almasa da, uygulama açısından köklü örneklerle sahiptir (Kazancı, 1996). Osmanlı Devleti'nin temel yönetim felsefesi, halkın haklarını gözetmen ve adaleti esas alan bir anlayış üzerine kurulmuştur. Bu çerçevede halkla ilişkiler uygulamaları, padişah-halk etkileşimi üzerinden biçimlenmiştir.

II. Mahmut dönemi, Osmanlı yönetim tarihinde halkla ilişkiler stratejilerinin sistemli ve bilinçli biçimde yürütüldüğü bir zaman dilimidir. Padişahın reformist kimliği, bu süreçte halkla kurulan iletişim yollarını da dönüştürmüştür. Camilerde hutbe verme, gazetelerle kamuoyuna seslenme, geziler düzenleyerek halkla doğrudan teması geçme gibi eylemler; modern kamu diplomasisinin ilk örnekleri olarak değerlendirilebilir (Erdoğan ve Korkmaz, 2002). Bu bağlamda II. Mahmut, yalnızca reformcu bir lider değil; aynı zamanda stratejik bir iletişim aktörüdür.

Osmanlı Devleti, uzun yıllar boyunca çok uluslu, çok dinli ve karma yapısıyla ayakta kalmış, kendine has yönetim biçimleri geliştirmiştir. Geleneksel yapı, yöneticinin meşruiyetini yalnızca siyasi güç temelli değil; aynı zamanda dini, kültürel ve toplumsal normlar üzerine inşa etmiştir. Halkla ilişkiler, modern anlamda henüz bir disiplin olarak kurumsallaşmamış olsa da, Osmanlı'nın her döneminde uygulanan ritüel, sembol ve doğrudan iletişim biçimleri bu temel işlevi yerine getirmiştir.

II. Mahmut dönemine geldiğimizde, bu süreç yalnızca idari reformlarla sınırlı kalmamış, aynı zamanda kamu iletişim stratejilerinde yeni ufuklar açmıştır. Padişahın halka yönelik düzenli çıkışları, camilerde, meydanlarda ve hatta özel organizasyonlarda gerçekleştirilen ritüeller, hem yöneticinin hem de devletin halkla olan ilişkisini yeniden tanımlamıştır. Bu süreçte halkın yöneticinin "hem insan" hem de "ilahi vekil" olarak görülmesi üzerinde durulmuş; dolayısıyla, yönetim süreci iletişimsel bir meşruiyet inşası olarak ortaya konulmuştur (İnalçık, 1973; Kazancı, 1996).

## YÖNTEM

Bu çalışma nitel araştırma desenine sahiptir. Veri seti; II. Mahmut dönemine ait tarihsel belgeler, ikincil akademik kaynaklar ve literatürle sınırlandırılmıştır. Örneklem, dönemin iletişim araçlarını temsil eden camiler, vakıflar, matbuat ve törenler gibi unsurlar üzerinden amaçlı örnekleme ile belirlenmiştir. Veri analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Analiz süreci; veri toplama, kodlama, tematik sınıflandırma ve kuramsal yorumlama aşamalarından oluşmaktadır.

Bu çalışma, II. Mahmut dönemi Osmanlı iletişim pratiklerini ve bunların modern halkla ilişkiler yöntemlerinin erken izlerini taşıyan yönlerini inceleyen nitel bir araştırmaya dayanmaktadır. Araştırmada tarihsel analiz yaklaşımı benimsenmiş; bu sayede dönemin siyasal reformlarını halka aktarma süreçlerini, geleneksel araçlar üzerinden yorumlanmıştır. Bu çerçevede Osmanlı yönetiminde kullanılan camiler, vakıflar, resmi törenler ve matbuat gibi araçların kamuoyu ile iletişim kurma işlevleri tarihsel bağlam içerisinde değerlendirilmiştir.

Verilerin analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmış; elde edilen metinler ve tarihsel vakaları, halkla ilişkilerin temel unsurlarından imaj yönetimi, çift yönlü iletişim ve ikna stratejileri açısından tasnif ederek yorumlanmıştır, bu bağlamda II. Mahmut'un yurt içi gezileri, kıyafet inkılabı, resmi törenlerin yeniden düzenlenmesi ve gazetenin propaganda aracı olarak kullanımı

bu bağlamda değerlendirildi. Araştırma tarihsel nitelikte olduğundan, yorumlar dönemin toplumsal ve siyasal bağlamı içerisinde değerlendirilmiştir; buna binaen bulguları genel Osmanlı iletişim geleneğiyle sınırlı tutuldu, ancak elde edilen bulgular Osmanlı iletişim geleneği ile günümüz kurumsal iletişim uygulamaları arasındaki benzerlik ve farklılıklar çerçevesinde ele alınmıştır.

## **TARİHSEL VE KÜLTÜREL ÇERÇEVDE İLETİŞİMİN KÖKENLERİ VE TOPLUMSAL ALGI**

Osmanlı toplumunda yöneticinin halkla kurduğu ilişki, İslam'ın öğretilerinden, Türk törelerinden ve bölgesel geleneklerden beslenir. "Zıllullah fi'l-arz" ifadesiyle sembolize edilen padişah, halkın hem manevi hem de maddi ihtiyaçlarına cevap vermek zorundaydı. Bu anlayış, yöneticinin halkla olan teması açısından derin bir sembolik yük taşımakta olup; padişahın varlığını bir "ilahi vekil" olarak konumlandırması, halkın devletle ilişkisinde merkezi bir unsur haline gelmiştir (İnalçık, 1973).

Camiler, medreseler ve tekkeler, Osmanlı'nın iletişim altyapısının en önemli unsurlarını oluşturur. Cuma hutbeleri, yalnızca dinî vecibelerin yerine getirilmesi değil; aynı zamanda devlet politikalarının ve reform mesajlarının halka iletilmesi açısından kritik bir role sahiptir. Bu mekanlarda, padişahın adı ile ilgili ritüeller, toplumsal hafızanın inşasında ve toplumsal bağların güçlendirilmesinde önemli bir araç olarak kullanılmıştır (İpşirli, 1991). Ritüellerin tekrarlanması, halkın yöneticinin varlığına olan inancını pekiştirirken, aynı zamanda toplumsal düzenin sürekliliğini desteklemiştir.

Osmanlı sosyal yapısının temel taşlarından biri de vakıf kurumlarıdır. Vakıflar, yalnızca yardım ve dayanışma ağları oluşturmakla kalmamış, aynı zamanda halkla devlet arasındaki ilişkide aracılık işlevi görmüştür. Vakıfların; hastane, medrese, çeşme, cami gibi hizmet alanlarını kapsaması, devletin topluma yönelik şefkatli yüzünü ortaya koymuş; bu durum, halkla iletişimde pozitif bir imaj yaratmıştır. II. Mahmut döneminde, özellikle kadınların ve sivil toplumun desteğiyle kurulan vakıfların sayısında artış gözlenmiş; bu da halkın devlet politikalarına olan güvenini artırmıştır (Mazak, 2000).

Yöneticinin giyimi, davranış biçimi ve halka açılan resmi törenler, sembolik iletişimin en belirgin örnekleridir. Sultanın kullandığı semboller, halihazırda var olan kültürel ve dinî değerlerle bütünleşerek, halkın devletle olan ilişkisini pekiştirmiştir. Örneğin, fesin çıkarılması, saray kadınlarının belirli törenlere katılması ve resmi meclislerin kurulması, sembolik iletişimin somut örnekleridir. Bu uygulamalar, halkın yöneticiyi yalnızca otorite figürü olarak görmek yerine, aynı zamanda kültürel bir referans noktası olarak algılamasına sebep olmuştur.

Osmanlı halkla ilişkiler sisteminin temelinde, yöneticinin halkla sembolik ve doğrudan iletişim kurmasını sağlayan çok katmanlı bir yapı yer alır. Devletin halk üzerindeki meşruiyeti, hem dinî hem siyasi temellere dayanır. "Zıllullah fi'l-arz" (Allah'ın yeryüzündeki gölgesi) anlayışı, padişahın halkla olan ilişkisini ilahi bir zemine oturtur (İnalçık, 1973).

Camiler, tekkeler, medreseler gibi yapılar, hem halkın gündelik hayatında hem de devletin bilgi aktarımında merkezi rol oynamıştır. Cuma hutbelerinde padişahın isminin zikredilmesi, onun hâkimiyetinin sembolik olarak teyit edilmesiydi. Cuma selamlıkları, sadece dini değil aynı zamanda siyasal birer tören olarak halkla ilişkilerin ritüelistik yönünü ortaya koyuyordu (İpşirli, 1991).

Vakıflar, halkla ilişkilerin kurumsallaştığı en önemli yapılardan biriydi. II. Mahmut'un eşleri ve kızları tarafından kurulan vakıflar; hastaneler, mektepler, çeşmeler ve camiler yoluyla halkın ihtiyaçlarını karşılamıştır. Bu yapı, devletin sosyal sorumluluk anlayışını yansıtan bir halkla

ilişkiler aracıdır (Mazak, 2000). Toplumun farklı kesimlerinin katkı sunduğu bu sistem, bugün belediyeçilik ve sivil toplum organizasyonları ile karşılaştırılabilir.

## **II. MAHMUT DÖNEMİNDE HALKLA İLİŞKİLER UYGULAMALARI VE ARAÇLARI**

II. Mahmut döneminde camiler, halkla doğrudan iletişim kurulan en etkin mekânlar olmuştur. Padişahın farklı camilerde Cuma namazına katılması, halkın hükümdarla birebir temas kurmasını sağlamıştır. Namaz çıkışlarında dilekçe verilmesi, yöneticinin şikâyetleri doğrudan dinlemesine olanak tanımıştır (Uzunçarşılı, 1998). Cami imamlarının devletle halk arasındaki bilgi aktarımında aracılık yapması, dini mekânların iletişimsel yönünü pekiştirmiştir (Ergin, 1977).

### **Törenler, Şenlikler ve Kamuoyu Yönetimi, Seyahatler ve Sanat, Edebiyat ve Propaganda**

1831'de yayımlanan Takvim-i Vekayi gazetesi, Osmanlı'da modern iletişimin ve halkla ilişkilerin başlangıcı olarak kabul edilir. Gazete, yalnızca resmi duyuruları içermekle kalmayıp, padişahın kamuoyunu bilgilendirme ve yönlendirme aracı olarak kullanılmıştır (Kabacalı, 2000). Dönemin koşullarında okuryazarlığın sınırlı olmasına rağmen, gazete haberlerinin camilerde halka okunması bu bilgilerin yayılmasını kolaylaştırmıştır.

Sultan'ın katıldığı Mevlid-i Şerif, düğün alayları ve sünnet törenleri gibi büyük organizasyonlar, halkla devlet arasında bir bağ kurmuştur. Bu etkinlikler, yalnızca halkı eğlendirmekle kalmamış, aynı zamanda halkın yönetime olan duygusal bağını kuvvetlendirmiştir (Baycar, 2006). Törenler sırasında dağıtılan hediyeler, fakirlere yapılan yardımlar, devletin cömertlik ve adalet imajını pekiştirmiştir (Turan, 1978).

II. Mahmut'un Anadolu ve Rumeli'ye yaptığı geziler, yöneticinin halkla doğrudan iletişime geçtiği stratejik hamlelerdir. Padişah bu seyahatlerde farklı din ve milletlerden topluluklara hitap ederek kapsayıcı bir dil kullanmıştır. "Siz hepiniz Allah'ın kulusunuz ve benim tebaamsınız" ifadesi, modern kamu iletişimi açısından çığır açıcı niteliktedir (Özcan, 1991). Geziler sırasında padişahın ziyaret ettiği mektepler, tekkeler, hastaneler; halkın yönetime olan güvenini artırmıştır.

### **Fermanlar ve Resmi İletişim Araçları**

II. Mahmut döneminde fermanlar, kamu yönetiminde kurulan temel iletişim araçlarından bir diğeridir. Fermanlar, saltanatın aldığı önemli kararları, reformları ve toplumsal düzenlemeleri halka duyurmak amacıyla kaleme alınmış; camilerde ve resmi toplantılarda okunmuştur. Bu metinler, hem halkın devletle olan ilişkisini düzenleyen hukukî belgeler niteliğinde hem de yönetim sürecinde sembolik mesajlar içeren iletişim araçları olarak işlev görmüştür. Örneğin, Yeniçeri Ocağı'nın kaldırılması, ferman vasıtasıyla duyurularak toplumun geniş kesimlerinde yankı uyandırmıştır (Cevdet Paşa, 1986).

### **Sanat, Edebiyat ve Propaganda**

Sanatçılar, şairler ve ulemaların desteği, II. Mahmut'un halkla ilişkiler stratejisinde önemli bir yer tutmuştur. Padişah, özellikle aşıklar loncası ve saz şairleri aracılığıyla kamuoyunu yönlendirmeye çalışmış; yazılan şiir ve destanlar üzerinden meşruiyetini pekiştirmiştir. Sanatın bu işlevi, halkın devlet politikalarını benimsemesinde, kültürel hafızanın oluşturulmasında ve

eleştirel söylemin sınırlandırılmasında belirleyici olmuştur. Bu bağlamda, sanat ve edebiyatın propaganda aracı olarak kullanılması, dönemin iletişim stratejilerinin inovatif yönünü ortaya koymaktadır (Köprülü, 2004).

Günümüz iletişim kuramlarına göre stratejik kamu iletişimi, hem şeffaflık hem de halkın güvenini sağlama ekseninde değerlendirilir. II. Mahmut dönemi, bu açıdan incelendiğinde; yöneticinin halkla doğrudan temas kurma çabası, modern kamu diplomasisinin ilk örneklerini barındırmaktadır. O dönemde uygulanan camilerdeki törenler, resmi duyurular ve yerinde gerçekleşen geziler, günümüzdeki basın toplantıları, halkla ilişkiler etkinlikleri ve sosyal medya stratejileri ile kıyaslanabilir niteliktedir. Bu benzerlik, iletişim teknolojilerinin olmaması nedeniyle geleneksel araçların benzer amaçlar için nasıl kullanıldığını göstermektedir.

Devletin toplumsal algı yönetiminde kullandığı yöntemler, yalnızca bilgi aktarımını değil, aynı zamanda halkın duygusal bağlılığını da hedeflemiştir. II. Mahmut'un "her sınıftan halkla iç içe" yaşama yaklaşımı, toplumsal barış ve uyumun sağlanmasında etkili olmuş; bu durum, yönetişimde karşılaşılan toplumsal direnci minimize etmiştir. Modern kamu yönetiminde, halkın katılımı ve şeffaflık, benzer biçimde meşruiyet inşasının temellerini oluştururken; Osmanlı örneğinde de sembolik iletişim unsurları bu yapıyı desteklemiştir.

Dönemin uygulamalarına eleştirel bakıldığında, iletişimin bazı yönlerinin merkezi otoriteye fazla bağımlı kaldığı, halkın bireysel taleplerinin ve alternatif seslerin yeterince temsil edilmediği söylenebilir. Ancak, o zamanlar bilgi akışının sınırlı olduğu, okuryazarlığın düşük seyrettiği ve devletin nüfuzunun yoğun olduğu bir ortamda bu yöntemlerin, halkın genel kabulünü sağlama açısından etkili olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, II. Mahmut'un iletişim stratejileri, modern anlamda demokratik iletişim yaklaşımlarından farklılık gösterse de, kendi dönemine göre yenilikçi ve etkili stratejiler olarak değerlendirilebilir.

## **TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER**

Sonuç olarak, II. Mahmut dönemi; Osmanlı Devleti'nde halkla ilişkiler ve iletişim uygulamalarının sistemli biçimde ortaya konduğu, toplumsal meşruiyetin ve devlet gücünün halkla etkileşim yoluyla pekiştirildiği bir dönemdir. Bu dönem, sembolik ritüeller, matbuat aracılığıyla duyurular, yerinde yapılan geziler ve sanatın propaganda aracı olarak kullanılması ile modern kamu iletişiminin ilk adımlarını sunmaktadır. Elde edilen bulgular, günümüz kamu ilişkileri ve halkla ilişkiler stratejilerinde, tarihsel mirasın yeniden yorumlanmasının önemini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, Osmanlı'nın iletişim geleneği, modern iletişim teorileriyle paralellikler taşımakta ve geleceğe yönelik yeni araştırma alanlarının temelini oluşturmaktadır. II. Mahmut, halkla sistematik ve stratejik bir ilişki kurmuştur. Bu ilişki sadece siyasi değil, sosyal, kültürel ve sembolik anlamda da inşa edilmiştir. Cuma selamlıkları, halkla yüz yüze temas, matbuat yoluyla kamuoyu bilgilendirme gibi araçlar günümüz halkla ilişkiler ilkeleriyle örtüşmektedir. Ayrıca bulgular eleştirel perspektifle değerlendirilmiş, iletişim süreçlerinin sınırlılıkları tartışılmıştır.

II. Mahmut'un reformları kamuoyunun tepkisini minimize etmek için halkla iletişim kanallarını etkin şekilde kullanması, onu modern kamu diplomasisi uygulayıcılarından biri hâline getirmiştir. İletişimi sadece bilgi aktarımı olarak değil, toplumsal meşruiyetin bir inşa süreci olarak görmüştür. Bu anlayış, bugün kamu kurumları tarafından uygulanan stratejik iletişim politikalarının erken bir örneğidir.

Bu nedenle II. Mahmut dönemi; halkla ilişkiler disiplini açısından sadece tarihsel değil, aynı zamanda kuramsal bir laboratuvar niteliği taşımaktadır. Bu dönemin yöntemleri ve araçları, Osmanlı iletişim kültürünün anlaşılması açısından büyük önem taşır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız.

**Destek Bilgisi:** Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

**Etik Onayı:** Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

**Etik Kurul Onayı:** Çalışma kamuya açık ikincil verilerin kullanılmasıyla oluşturulmuştur.

**Araştırmacıların Katkı Oranı:** Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

## KAYNAKÇA

Baycar, Y. A. (2006). II. Mahmut'un kızı Mihrimah Sultan'ın Sûr-ı Hümayûnu (Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Cevdet Paşa, A. (1986). *Tezâkir II* (C. Baysun, Ed.). Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Erdoğan, İ., ve Korkmaz, A. (2002). *Öteki Kuram*. Ankara: Erk Yayınları.

Ergin, O. N. (1977). *Türkiye Maarif Tarihi* (C. 3). İstanbul: Eser Yayınları.

İnalcık, H. (1973). *The Ottoman Empire: The classical age 1300–1600*. London: Phoenix Press.

İpşirli, M. (1991). *Osmanlılarda Cuma Selamlığı*. İstanbul: Prof. Dr. Bekir Kütükoğlu'na Armağan, 462.

Kabacalı, A. (2000). *Başlangıcından Günümüze Türkiye'de Matbaa, Basın ve Yayın*. İstanbul: Literatür Yayınları.

Kazancı, M. (1996). *Halkla İlişkiler*. Ankara: Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Köprülü, M. F. (2004). *Saz Şairleri* (3. basım). Ankara: Akçağ Yayınları.

Mazak, F. (2000). *Sultan II. Mahmut'un kızı Adile Sultan*. İstanbul: Çamlıca Kültür ve Yardım Vakfı.

Özcan, A. (1991). II. Mahmut'un Yurtiçi Gezileri. XI. Türk Tarih Kongresi bildirileri, 4, 1599-1605. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.

Turan, O. (1978). *Türk Cihan Hâkimiyeti Mefkûresi Tarihi* (C. 2). İstanbul: Bozkurt Yayınları.

Uzunçarşılı, İ. H. (1998). *Osmanlı Devleti'nin Saray Teşkilatı*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.