

Röportaj: Doç. Dr. Özlem Genç

*Ondokuz Mayıs Üniversitesi Öğretim Üyesi

1- Günümüzde reklam çok önemli, Orta Çağ Avrupası'nda da reklama önem veriliyor muydu hocam?

Evet, hem de çok önem veriliyordu. Satılmak istenen ürünün tanıtımını yapmak, daha çok insanın bundan haberdar olmasını sağlamak her dönemde satıcılar için çok önemliydi. Bunun için hem kendilerinden önceki dönemde kullanılan yöntemleri kullandılar hem de kendi çağ ve kültürlerine uygun yeni yöntemler geliştirdiler.

2- O halde Orta Çağ Avrupası'nda yaşayan insanlar çoğunlukla Roma medeniyetini örnek almış olmalı. Roma dönemindeki reklamlarla başlayalım mı hocam?

Elbette. Aslında önce dünyadaki en eski reklamdan başlayalım isterseniz. Bazıları Neolitik dönemdeki mağara resimlerini, avcılarının cesaretlerini göstermek için yaptıkları gerekçesiyle, bir tür reklam olarak kabul etse de, bilinen en eski reklam ya Mezopotamya birası için ya da esir satarken yapılan reklamlardır. Roma medeniyetinde de reklam çok önemliydi. O dönemden günümüze gelen çok sayıda reklam malzemesi görebilirsiniz. Aslında reklam onların işinin bir gereği gibiydi. Şöyle düşünelim MS 4. yüzyılda Roma'da 2300 yağ satan dükkân ve 250'den fazla fırın vardı. Bu insanların diğerlerinden daha iyi iş yapabilmeleri için bir şekilde ön plana çıkmaları gerekiyordu.

Kullanılan reklamlara örnek vermek gerekirse, Pompeii'deki bir süt satıcısının dükkânının önünde üzerinde keçi figürü olan pişmiş topraktan bir levha vardı. Bir şarap satıcısının tabelasında birinin elinde bir sürahi şarap olan iki adam resmedilmişti. Bir fırında katırın çevirdiği değirmen rölyefi vardı. Boyacı dükkânının giriş duvarında çubuğun üzerinde yeni boyanmış bir elbise taşıyan adam, bir manifaturacı ya da terzinin dükkânındaki resimde, üst üste yığılmış kumaş topları ile kibar bir tezgâhtarın onları kadın müşteriye gösterişi resmedilmişti. Bir kasapta, bir tavşan, iki ayı ve birkaç kuş resmi vardı ve bir kız tezgâhtarla pazarlık yapıyordu. Sandalet satıcılar vitrinlerini sandaletlerle doldururdu. Balık sosu (garum) ya da yağ konulan amforalara da “*en iyi garum imalathanesinden olandır*” şeklinde reklamlar yazılıyordu.

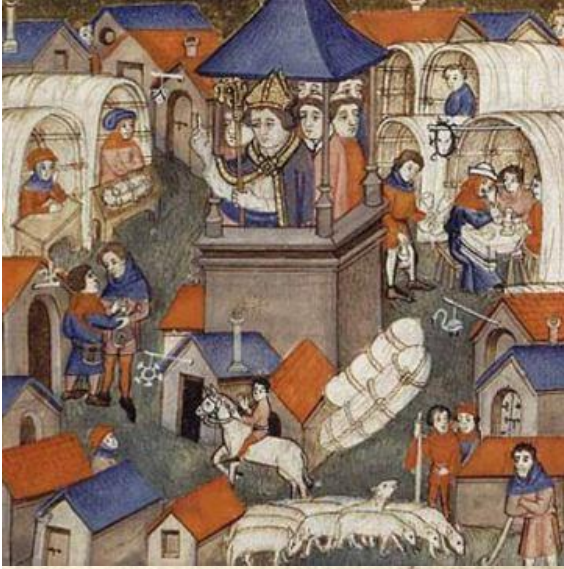
Afiş şeklinde olanlar günümüze en çok gelebilenlerdir. Tiyatro gösterilerinin, spor müsabakalarının ya da gladyatör dövüşlerinin reklamları, seçim posterleri, meyhane reklamları bunlar arasında gösterilebilir. Romalılar kaybolan ya da çalınan mallarının geri getirilmesi halinde verilecek ödülü de afişler olarak ilan ediyorlardı. Afişleri yeni edebi eserlerin reklamı için kitapçı dükkânlarının önlerinde de kullanıyorlardı. Bu afişlerde reklamı yapılan kitaptan alıntılar da yer alabiliyordu.

Sarmaşık ve üzüm asmaları şarap meyhaneleri için kullanılıyordu. Bira ve şarap satanları ayırmak için bira satanlar dükkânın tavanından dışarı doğru uzayan bir direğe çember asıyorlardı. Sonraları bu çemberlere hayvanlar ya da gündelik nesnelere gibi farklı amblemler

yerleştirdiler. Zamanla bu reklamların dükkanın ismi haline geldiği de görülmüştür, Çemberdeki Zil ya da Çemberdeki Kuđu gb.

3- Bu direkler sonraki dönemlerde de kullanıldı mı?

Evet, Orta Çağ Avrupası'nda da kullanılıyordu. Hatta 1375'te Londra'da yetkililer bu direklerin uzunluklarına müdahale ettiler çünkü at üzerinde caddeden geçene engel olabiliyor ya da insanların üzerine düşebiliyorlardı. Bunu engellemek için reklam direklerinin 7 metreden uzun olması yasaklandı. Aşağıdaki resimlerde bu direklerin örneklerini görebilirsiniz.



4- Orta Çağ Avrupası'nda reklam deyince ne düşünmemiz gerekir?

Aslında günümüzden çok da farklı olmayan bir durum hayal etmeliyiz. Bugün nasıl reklam için her yol deniyorsa, o dönem insanları da imkânları ölçüsünde her yolu deniyorlardı. Bugünden tek farkı insanların çoğunluğunun okuma yazma bilmemesi nedeniyle reklamların görsel ve işitsel yönlerinin ağır basıyor olmasıydı. En belirgin reklam tarzı vitrinlerin satılan mal ile süslenmesiydi. Bir diğeri dükkan önlerine satılan mal ile ilgili büyük, dikkat çekici, güneşte parlayan tabela ya da toprak heykelcikler yerleştirmekti. Bu tabelalar başka bir sokak/caddede de

bulunabiliyor ve dükkânın bulunduğu caddeyi gösteren oklarla da desteklenebiliyordu. Bu şekilde müşteriler dükkâna girmeye ikna edilmeye çalışılıyordu.

Geç Orta Çağ'da okuma yazma oranı artınca el ilanları da devreye girdi. Özellikle halkın kalabalık olarak bulunduğu yerlerde resimli el ilanları dağıtılıyordu. Ayrıca bu küçük ilanlar duvar ya da ağaçlara da asılabiliyordu.

Çan kullanımı başka bir reklam yöntemiydi. Özellikle yolcuların gece konaklayacağı hanlarda kullanılıyordu çünkü hava kararınca reklamlar görünmez hale geliyordu ama rüzgârla sallanan çan yolcuların hanı bulmasını sağlayabiliyordu.

Sokaklarda gezerek ya da dükkân önünde durarak satılan üründen tadımlık ikramlar yapmak başka bir yöntemdi. Özellikle şarap satıcılarının kullandığı bu yöntem hala sıklıkla kullanılıyor.

Bugün yabancı olmadığımız bir başka Orta Çağ reklam yöntemi tellal/çığırtkan kullanmaktır. Oldukça iyi para kazanan bu kişiler yerel yönetimlerin duyurularını sokak sokak gezerek duyurmanın yanısıra dükkânların önünde durarak ya da şehirde gezerek ürün reklamları yapıyorlardı.

5- Bu tellallar konusunu biraz açabilir miyiz hocam?

Tabii. Bu konu aslında bize uzak değil, Osmanlı döneminde de kullanılmışlardır, aynı şeyi Batı dünyasında da görüyoruz. Buradaki fark Batı'da kullanımının halkın okuma yazma oranıyla paralel olarak artış göstermesidir. Halkın çoğu okuma yazma bilmediği için ürün reklamlarını yapmanın en kestirme yolu halkın bulunduğu yerlere reklam yapacak kişiler göndermektir. Erken Orta Çağ'da bir kasaba tellalı, Roma döneminde olduğu gibi, *praeco* olarak adlandırılıyordu. Pek çok şey için çalışabiliyorlardı. Resmi görevleri de olabiliyordu. Yerel yönetimlerin halka duyurmak istediği şeyleri ve suçluların mahkûmiyetlerini onlar duyuruyorlardı. Yanlış yapan kişiler önemli caddelerde teşhir için gezdirilirken, tellallar onların yaptıkları yanlışları bağırarak halka ilan ediyorlardı. Yeni kanunların ilanı, mevcut mevzuatın hatırlatılması, toplumun tanınmış simalarının ölüm ilanları, mezarlığa giderken halkı onlara dua etmeye teşvik etmek, savaş ya da barış anlaşmalarını, aforozları, vergileri, şenlik tarihlerini duyurmak tellalların görevleri arasındaydı. Ayrıca esnafların baş reklamcılarıydılar. Gerek dükkân önlerinde gerekse gezerek ürünlerin reklamını yapıyorlardı. Caddelerde gezen tellallara müzisyenler ya da borazancılar da eşlik edebiliyordu. Duyurmaktan kaçındıkları tek konu başpiskoposun görev alanına giren dini duyurulardı.

Bir tellalın dürüst olmasına çok önem veriliyordu. Bunu İngiltere'deki bir uygulamadan anlayabiliriz. Burada tellallar doğruyu söyleyeceklerine ve yetenek ve güçlerinin yettiğinin en iyisini yapacaklarına dair yemin ediyorlardı.

1368 tarihli Tournay kasabası kanunnamesinde “*duyuruları ve kasabaya bildirilecek başka şeyleri duyuran asalı memur*” olarak tanımlandıkları için ellerinde bir de asa bulunduğunu düşünüyoruz. Sayıları genellikle sınırlandırılmıştır. 1141'de Fransa'nın Berry eyaletinde 12 tellal biraraya gelmiş ve 7. Louis'den kasabada görev yapmalarıyla ilgili ayrıcalık elde etmişlerdir.

Onlardan 5'i meyhaneler namına şarapları tanıtacak, herbiri özel bir meyhane için çalışacak, tadım yaptıracaklardır.

Resmi görevler dışında en yoğun çalıştıkları yerler meyhane önleridir. Bu nedenle yasalara bile konu olmuşlardır. Örneğin 1258'de 3. Philip çıkardığı kanunname ile şarap tellallarına bazı ayrıcalıklar vermiştir. Buna göre Paris'teki bir tellal bir meyhaneye gitmiş ve şarabı beğenmişse, şarabın fiçidan satılması ve bu iş için başkasının görevlendirilmemiş olması şartıyla, bunu duyurabilir ve meyhane sahibi ona engel olmazdı. Bir tellal meyhanedeki birine şarap için ne kadar ödediğini sorabilir, meyhane işletmecisi istese de istemese de, o meyhane için başka bir tellal çalıştırılmaması koşuluyla, dışarı çıkıp, ödedikleri şarap fiyatını duyurabilirdi. Paris'te şarap satan bir meyhane sahibi hiçbir tellal görevlendirmemişse, kapısı tellallara kapalıysa, tellal meyhane sahibinin kralın şarabıyla aynı fiyata (yani piyasa fiyatına) şarap sattığını iddia edebilirdi. Bu fiyat şarap üretimi açısından yıl iyi geçmişse 7 denarius, iyi geçmemişse 12 denariustu. Tellal yaptığı hizmet karşılığında meyhane sahibinden günlük en az 4 denarius alacaktı, yeminine sadık kalarak daha fazlasını isteyemezdi. Kral aynı kanunnamede tellalların Paskalya, pazar ve cuma günleri, Noel'i takip eden 8 gün ve bazı yortu günlerinin arifeleri hariç, günde 2 kez, bu günlerde günde bir kez duyuru yapabileceğini, Haç Tapınımı yapılan cuma günü ve kral, kraliçe ya da kraliyet ailesinden bir çocuğun öldüğü gün ise hiçbir şekilde duyuru yapamayacaklarını da ilan etmiştir.

6- Tellallar en çok ne reklamı yapıyorlardı ya da nasıl bağıyorlardı?

Bugüne kadar okuduklarıma dayanarak en çok şarap reklamı yapıldığını düşünüyorum. Meyhanelerde yeni fiçıların açıldığını (delindiğini), fiyatını, kalitesini, nereden geldiğini duyuran ve potansiyel müşterilerin tatması için bir sürahi şarap taşıyan tellallar çoktu. Ayrıca astarlı kürklerin ya da bardak tamir edenlerin de tellalları olabiliyordu.

Şehirleri ziyaret edip gözlemlerini yazan ya da şehir hayatına dair bilgi veren kaynaklardan edindiğimiz bilgilere göre bazı tellallar şu şekilde bağıarak reklam yapıyorlardı: “taze ringa balığı”, “tuzlu ringa balığı”, “sarımsaklı et”, “sıcak fasulye”, “taze marul”, “Champagne'den iyi peynir”, “taze tereyağını unutmayın”, “iyi ve leziz sirke”, “taze ekmek”, “sıcak pankekler”, “Malta'dan incirler”. Örnekleri artırabiliriz ama burada en çok dikkati çeken sıcak yiyeceklerin reklamının daha sıklıkla yapılmasıdır. Bunun nedeni sıradan halkın evlerinde sıcak yemek pişirme imkânlarının olmamasıydı. Mutfak kültürünü konuştuğumuz hafta bu konuya değinmiştik.



Kurutulmuş Ringa Balığı Satan Kadın, Yak. 1500

7- Kitap konusunu konuşurken de reklamlardan bahsetmiştik sanıyorum.

Evet, Orta Çağ Avrupası'nda kitap reklamları bizzat kitapların içine de yerleştirilebiliyordu. Geç Orta Çağ'da kitaplar ucuzladığı ve okuma yazma oranı arttığı için kitaba olan talep artmıştı. Bu nedenle kitap üretimi de artmış ve manastırda yaşayan keşişler dışında şehirde yaşayan zanaatkarlar arasında da kitap üretimi yapanlar ortaya çıkmaya başlamış, bu bir sektör haline gelmişti. Kitap yapanların sayısı artınca, rekabet de artmış ve reklam kaçınılmaz hale gelmişti.

Kitap yazarlarının isimleri parlak harflerle gösterişli bir şekilde yazılıyordu. Reklam sayfasının arkası genellikle boş bırakılıyordu. Bunun nedeni muhtemelen buradan koparılıp bir pencere ya da ağaca asılma ihtimalinin olmasıydı. Günümüze gelen bazı reklam sayfalarının arkası boş ve kenarları paslı deliklerle doludur, bu bize bir duvara tutturulduklarını düşündürmektedir.

Bazı kitap yazarları yazı yazmayı da öğretiyorlardı ve bunun için de reklam yapıyorlardı. Ayrıca parşömen sayfaları dükkân kapısının hemen önünde sergilenerek reklam da yapılabilirdi çünkü bu sayfalar da ayrı olarak, genelde düzine halinde, satılabiliyordu.

Kitapların son sayfalarında yer alan reklamlarda yazar genelde kendisini nerede bulabileceklerini belirtiyor, adresini veriyordu. "böyle bir kitap isterseniz, beni ... katedrali civarında bulabilirsiniz" gibi ifadeler yazılıyordu. Kitap reklamı için, üzerinde kitabın fiyatının ucuzluğu, hatasız olduğu gibi reklam unsurlarının yazıldığı el ilanları da hazırlanıyordu.

8- Orta Çağ Avrupası'ndan günümüze gelen reklamlara örnek verebilir misiniz?

Geç Orta Çağ'dan bir örnek verebilirim. Günümüze gelen en eski İngiliz reklamı 1476/7 tarihli. Geç dönem olması nedeniyle matbaada basılan bu eser, rahipler için bir el kitabı olan *Ordinale Ad Usum Sarum*'u tanıtmaktadır ve William Caxton tarafından yazılmıştır. 80×146 boyutlarında yani çok küçük olan bu reklamın din adamlarına hitap ettiği için bir kilise sundurmasına asıldığı düşünülmektedir. Ayrıca üzerinde yazan “*lütfe çıkarmayın*” ifadesi, ruhban sınıf tarafından kullanılan Latince ile yazılmıştır. Reklamda kitabın ucuzluğu ve metnin doğruluğuna vurgu yapılmakta, kitabın satıldığı dükkânın konumu verilmektedir. Şunu da belirtmek isterim ki, her ne kadar matbaa kullanılmaya başlansa da elyazması kitaplar az da olsa üretilmeye devam etmiş ve bu elyazmalarına reklam yerleştirmekten vazgeçilmemiştir.

9- Reklam için kullanılan resim ya da işaretleri biliyor muyuz hocam? Bir de Orta Çağ Avrupası'nda reklam yapılan ya da asılan yerler nerelerdi?

Bazılarını biliyoruz. Bunlar gidilmek istenen dükkânda satılan şeyle benzerlik gösteren ya da bizzat o ürünün resmedildiği reklamlardı. Orta Çağ reklamcılığı bunların çoğunu Antik Roma ve Yunan medeniyetinden devralmıştır. Reklam tabelalarına ayakkabıcı için ayakkabı, fırın için buğday demeti, berber için kırmızı-beyaz çizgili bir çubuk (kırmızı-beyaz bir bez ya da kilim/halı çubuğa sarılarak asılabilirdi), çorapçı için uzun bir çorap, nalbant için örs, terzi için makas resmedilebiliyordu. Reklam asılan yerler kalabalık yerlerdi. Pazarların kurulduğu yerler ya da kalabalık sokak/caddeler en çok reklam asılan yerlerdi. Ayrıca şehir kapıları, çeşme başları ve yol ağızlarına da reklamlar asılıyordu. Reklamı asmak için duvar ya da ağaçlar kullanılıyordu. Bunlara ek olarak kilise kapılarını ve içlerini de söylemeliyiz. Bunun ilk nedeni okuma yazma bilen ruhban sınıfın sürekli burada bulunması, bir diğeri bu dönemde yaşayan halkın dine olan düşkünlüğünden dolayı buraları sık sık ziyaret ediyor olmasıdır. Reklamların yazılı olanları/yazılı yerleri kilise üyelerine, resimli ve işaretli olanları/yerleri halka hitap etmektedir.

10- Peki reklam sonucu alınan malın hatalı çıkması durumunda alıcı hak iddia edebiliyor muydu?

Her dönem olduğu gibi Orta Çağ'da da yanıltıcı reklamlar olabiliyordu. Dükkân önünde görülen renk ile içerideki renk her zaman tutmayabiliyordu. Orta Çağ'dan önce “*caveat emptor*” (*alıcı düşünsün*) diye bir tabir vardı. Yasal bir ilke olarak ilk kez İngiltere'de 1534'te, bir atın satışı sırasında meydana gelen kazaya ilişkin kullanılmıştır. Orta Çağ'da ticaret gelişince ticareti ve onunla ilgili şeyleri de yeniden düzenlemek gerekmiştir. 13. yüzyılda yazan Aquinolu Thomas bu konudaki kurallara değinerek satıcıların hatalı mallardan sorumlu olduklarını belirtmiştir. Yine de satıcılar ortada olan kusurları dillendirmek zorunda bırakılmamışlardır. Geç Orta Çağ'da ise esnaf loncaları müşterilerin iyi mal almasıyla ilgilenmişlerdir.