

Öz

Bu çalışma, 1881-1914 arasında İstanbul pazarındaki Batılı tüketici ürünlerinin İstanbullularla buluşma hikayelerinin izini sürmekte, Şark Ticaret Yıllıkları'nın ilgili basımlarının incelenmesi yoluyla Batılı ürünlerin dolaşıma girdikleri kanalları ve tetikledikleri hareketlenmeleri, parçalı da olsa, anlamayı amaçlamaktadır.

İncelenen dönem, XIX. yüzyılın geneline yayılan Batı'ya ve kapitalist dünya ekonomisine eklenme sürecinin yarattığı tüm çatışma, uzlaşma ve dönüşümün cisimleştiği bir zaman dilimidir. İktisadi, sosyal ve kentsel düzeyde yeniden örgütlenen bir liman kenti olarak İstanbul, bu dönemde üretim, ticaret, sergileme ve satış faaliyetlerinin çeşitliliği açısından büyük bir zenginlik sergilemektedir.

"Batılı malların" Osmanlı pazarına akması, literatürde genellikle bir "istila" olarak değerlendirilir. Ucu bucağı olmayan bir ürün denizinden İstanbul'a akan ve pazarı istila ederek yerli sanayi ve ticaret ortamını dönüştürmeye iten yabancı ürünlere atfen sıklıkla kullanılan "Batılı mallar" ifadesi, kapsayıcı olduğu kadar yutucudur. Yurtdışından gelen her çeşit ürün ve maddeyi temsil eden bu ifade, bu malların pazara girerek yarattıkları dalgalanmaları anlamının önünde duran bir sis perdesi gibidir. Kapsayıcılığı genel bir algı yaratır, fakat detayları ve teklikleri geçiştirir.

Araştırmanın kaynağını oluşturan Şark Ticaret Yıllıkları'nın sundukları tekil üretim, ticaret, pazarlama, sergileme ve tamir hikayeleri, Batılı ürünlerin üretici, tüccar ve mağazacıların mesleki pratiklerini ne şekilde dönüştürdükleri konusunda fikir vermekte, "istila sonrası çöküş" senaryosunun dışında kalan uyum sağlama süreçlerini örneklemektedir.

Abstract

This study examines historical cases that illustrate various encounters between Western goods and Istanbulites between 1881-1914. Through the micro-analysis of Oriental Directories, it aims to identify the channels that facilitated circulation of Western goods in the market, and to understand how these goods transformed practices of producers, merchants and store owners.

The studied period showcases all the conflicts, negotiations and transformations that were brought by the intensive process of the Ottoman state's integration with the West and world economy. During this period, as a port city that had been going through economic, social and urban re-configuration, Istanbul, hosted a richness of production, trade and sales activities.

In literature, the influx of "Western goods" into the Ottoman market is characterized as "invasion". The term "Western goods", which is used in reference to all imaginable Western materials and products that flooded the market, is erosive as much as it is inclusive: Its inclusivity creates a general understanding, yet blurs the singularities that await in the mist to be traced.

Oriental Directories offer a vast array of singular stories of manufacture, trade, marketing, display and repair of Western goods. Among thousands of entries in these directories, many lead to cases that suggest how producers, merchants and storeowners configured their professional practices with the influence of Western goods and illustrate counter-scenarios to the mainstream "demise after invasion".

Anahtar Kelimeler:

Şark Ticaret Yıllıkları, Batılı tüketici ürünleri, İstanbul, Geç Osmanlı Dönemi

Keywords:

Oriental Directories, Western goods, İstanbul, late Ottoman period

XIX. Yüzyıl Sonu İstanbulu'nda Batılı Tüketici Ürünlerinin Dolaşıma Girdikleri Kanallar ve Yarattıkları Hareketlenmeler: Şark Ticaret Yıllıkları Üzerinden Bir Araştırma

Burcu Yağız

İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sanat Tarihi Anabilim Dalı

Aygül Ağır

İstanbul Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Giriş

XIX. yüzyıl boyunca devletin modernleşmeye yönelik attığı bürokratik, iktisadi, toplumsal ve eğitsel reform adımlarının yarattıkları dönüşüm, onun nefesini sürekli ensesinde hisseden kozmopolit bir liman kenti, Avrupa ve Osmanlı'nın girift etkileşimlerinin gerçekleştiği bir "temas alanı" (Eldem, 1999, 155) olan İstanbul'da simgeleşmiştir. Yüzyıl boyunca siyasi otoritenin "merkezileşme hırslarını yatıştırmanın bir sembolü" (Eldem, 1999, 159) olarak İstanbul Batı dünyasının kültürel, fiziksel ve iktisadi etkilerine doğrudan maruz kalmış, "fakat bu etkilere tepkisi benzersiz olmuştur" (Çelik, 1998, 1).

Eldem'in (1999, 220) dile getirdiği üzere "XIX. yüzyıldaki değişimi, iç ya da dış olsun, tek bir bakış açısından tanımlamaya ve anlamaya yönelik her çaba, karmaşık bir etkileşim sürecini aşırı basitleştirme eğilimidir". Osmanlı tarih yazımında Batı'yla entegrasyon sürecini anlamaya yönelik yaklaşımlarda, Batılılaşma ve Avrupalılaşma, periferileşme ve iktisadi bağımlılık, çöküş ve çözünme temalarına sıklıkla baş vurulmuştur. Yeniçeri Ocağı'nın kaldırılması (1826), Baltalimanı Ticaret Anlaşması (1838), Tanzimat Fermanı'nın ilanı (1839) gibi siyasal, toplumsal ve iktisadi dönüm noktalarının her biri de bu temalarla farklı düzeylerde

ilişkilendirilmiş, gerçekleşen dönüşümdeki rolleri tartışılmıştır. Örneğin, Yeniçeri Ocağı'nın kaldırılmasının en az siyasi ve askeri modernleşme kadar önemli bir başka sonucu Quataert'e göre (2011) iktisadidir: Yeniçeri Ocağı'nın lağıvı "lonca ayrıcalığını koruyan silahlı gücün yok edilmesi, serbest piyasa ekonomisinin gelişmesinin önündeki önemli bir engelin kaldırılmasıdır" (Quataert, 2011, 22). Yaygın, fakat günümüzde bir çok araştırmacı tarafından meydan okunan bir başka görüşe (İssawi, 1975; Kütükoğlu, 1974; Önsoy, 1988; Sarç, 1940) göre ise 1838 Baltalimanı Ticaret Anlaşması ve sonrasında anlaşımlar gümrük duvarlarını ortadan kaldırarak Osmanlı topraklarını korumasız bırakmış, serbest ticaret politikalarının uygulanabileceği açık bir pazara dönüştürmüştür. Osmanlı ülkesi böylece Batılı malların istilasına direnemeyerek sanayisizleşmiştir. Öte yandan Osmanlı toplumsal ve iktisadi modernleşmesini tarifleyen ve yasalara bağlayan Tanzimat Fermanı, Batılı kavramların Osmanlı dünyasında seçmeci bir tavırla uygunlaştırılması hareketine (Çelik, 1998) zemin hazırlamış, Batılılaşma ve Avrupalılaşma olguları eski-yeni, geleneksel-modern, geri kalmış-medeni ikiliklerini doğurmuştur. Batı'ya entegre olma sürecini ticaret ve finans merkezleri olarak ön plana çıkan liman kentleri üzerinde, periferileşme ve iktisadi bağımlılık

üzerinden okuyan görüşe göre ise (Keyder, 2000), yüzyılın özellikle ikinci yarısından itibaren yaşanan dönüşüm, bu kentlerin kapitalist dünya ekonomisine eklenmesi sürecinde çoktan merkezleşmiş Batı ekonomisi ve toplumunun dayattığı hiyerarşi gereği, çevre ve yarı-çevre olarak konumlanmaları, parçası oldukları toplumsal ve iktisadi yapıdan kısmen özerkleşerek “küresel zincirin tek bir halkası” (Eldem, 1999, 225) fakat yine de “Batı etkisinin nüfuzuna hizmet eden merkezler” (Eldem, 1999, 225) haline gelme sürecidir.

İstanbul Üretim ve Ticaret Manzarası

Ökçün (1997) imparatorluğun son dönemlerinde Osmanlı topraklarında dört çeşit üretim tipinin eş zamanlı olarak gerçekleştiğine işaret eder. Osmanlı topraklarındaki üretimin çoğunluğu, düşük teknoloji el aletleri ve tezgahlarla küçük ölçekli üretim yapan üreticiler tarafından gerçekleştirilmektedir. Parça başına üretim, modern fabrika üretimi ve büyük ticarethanelerin kendi bünyelerinde gerçekleştirdikleri atölye üretimi ise Osmanlı sanayisindeki diğer üretim kiplerini örneklemektedir.

XIX. yüzyılın son çeyreği itibarıyla İstanbul, bahsedilen üretim modellerinin eş zamanlı olarak hala var olduğu bir üretim ortamına sahiptir. Kentin farklı bölgelerine dağılmış küçük ölçekli atölyeler halkın gündelik ürün ihtiyacını karşılamaya yönelik üretimi gerçekleştirmektedir. Haliç ve Boğaz kıyıları ile Yedikule, Bakırköy ve Küçükçekmece sahilleri gibi su kenarındaki alanlarda, ikamet yoğun olmadığı kent çevresinde (Köksal, 2005), hatta “Doğu Marmara kıyıları ile İzmit civarlarında kümelenmiş olan” (Quataert, 1992, 28) ve dericilik, ipekli ve pamuklu dokuma, iplik ve çuha dokuma, bez ve kumaş üretimi, sivil ve askeri giysi üretimi, aba ve halı dokumacılığı, cam ve porselen üretimi alanında faaliyet gösteren devlet ve özel teşebbüs fabrikaları kentteki üretimin bir başka bölümünü oluşturmaktadır. Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası (1810), Çubuklu Cam ve Billur Fabrikası (1798-1878), Feshane-i Amire (1833), Beykoz Çini ve Billur Fabrikası (1844), Modiano Cam

Fabrikası (1884), Hereke Dokuma Fabrikası (1845), Narlıyan Mefruşat Fabrikası (1893), Yıldız Çini Fabrika-i Hümayunu (1894) ve Tubini Mobilya İmalathanesi (1875) gibi fabrikalarda üretilen ürünler çoğunlukla saray ve çevresi ile yüksek gelir düzeyine sahip kesimin lüks ve yarı-lüks tüketim ihtiyaçlarını karşılamakta, bu ürünlerin bir kısmı, örneğin fes, dokuma, halı ve ayakkabı, kentin çeşitli yerlerindeki mağazalar vasıtasıyla halka ulaşmaktadır. Parça başına üretim tipi halı, kundura, kıyafet ve ev tekstili, şapka ve şemsiye gibi ürünlerin üretiminde yaygınlaşmıştır (Ökçün, 1997). İstanbul’da, özellikle dikiş makinesi kullanımının küçük imalathanelerde ve evlerde yaygınlaşması ayakkabı, şapka ve hazır giyim üretiminde canlılık yaratmış, loncalar ve fabrikalar dışında faaliyet gösteren kentli üreticiyi parça başına üretim sistemiyle tekrar örgütlemiş (Quataert, 1992, 24-25), kadınların üretimdeki varlığını da arttırmıştır. Ökçün (1997, ix) bu sistem dahilinde büyük mobilya imalathaneleri hesabına üretim yapan birçok marangozun da mevcut olduğunu belirtmektedir. İmalathane sistemi ise şemsiye, kravat ve şapka, elbise, gömlek, çamaşır ve ayakkabı üretiminde ön plana çıkmış, “Orosdi Back, Sigala ve Şürekası gibi büyük ticarethanelerin kendilerine mahsus atölyelerinde” (Ökçün, 1997, ix) ciddi üretim kapasitelerine ulaşılmıştır.

Yüzyılın ikinci yarısında İstanbul’un hem Osmanlı topraklarının geri kalanıyla, hem de Avrupa’yla ilişkilene biçimi, Batı’yla birleşme veya bütünleşme sürecinin gerektirdiği iktisadi yeniden-örgütlenmeyi mümkün kılmıştır. Bu dönemde İstanbul, yoğunlaşan finansal, ticari ve altyapısal bağlantıları ile “bölgesel bir ticaret merkezi haline gelmiştir” (Aktar, 1998, 118). İstanbul’un merkezi iş alanlarının yeniden örgütlenmesi kentin iç ve dış dünyayla kurduğu ilişkinin değişmesi, dış ticaret patlaması ve pazara giren yabancı sermayenin artması, Tanzimat ile birlikte Osmanlı bürokrasisinin yeniden örgütlenmesi, yeni örgütler, girişimciler ve kamu hizmetlerinin ortaya çıkması süreçlerinin kentsel mekandaki iz düşümüdür (Aktar, 1998, 116-118). İstanbul kentsel mekanı,

modern haberleşme ve ulaşım ağlarının gerektirdiği postane ve tren istasyonlarının, kente akın eden malların indirilebileceği, depolanabileceği, dağıtımının yapılabileceği yeni rıhtım ve depoların, kenti ziyaret eden tüccarların kalabileceği otellerin inşasına sahne olmuş; yabancı sermayenin girişi borsa, ticaret odaları ve bankalar gibi finans kurumlarının ortaya çıkmasına, kentin geleneksel üretim ve ticaret hayatını temsil eden tarihi yarımadanın (*Eminönü, Beyazıt ve Unkapanı*) karşısında Karaköy ve Galata’da yeni bir finans ve iş merkezinin doğmasına neden olmuştur (*Aktar, 1998, 116-118*). Modern finans ve ticaret hayatının cisimleştiği bu bölgenin hemen yanı başındaki Pera’dan Taksim, Harbiye ve Şişli’ye uzanan konut inşası, apartmanlaşma ve kentsel düzenleme faaliyeti, yeni kamusal alanların yanı sıra “her türlü tüketici ürününün satıldığı mağazaların” (*Çelik, 1998, 101*) ortaya çıkmasını tetiklemiş farklı hizmet sektörleri ve bu sektörlerde faaliyet gösteren yeni girişimci ve profesyonellerin faaliyetlerini yoğunlaştırmıştır.

Eldem (1999) İstanbul’un yaşadığı kentsel, sosyal ve iktisadi dönüşümde ana temanın Batı’yla birleşme ya da bütünleşme süreciyle bağlantılı olduğunu dile getirir de, entegrasyonun, sisteme dahil olma veya periferileşme gibi yan anlamlarından bağımsız olarak kullanılması gerektiğini dile getirir: “siyasiden sosyale, iktisadiden kültürel uzanan bir zincirleme fonksiyon çeşitliliğinin ortak paydası aranıyorsa temas kavramı” (*Eldem, 1999, 155*) barındırdığı çekişmeler, çatışmalar, uzlaşmalar ve tepkiselliklerle kullanışlı bir temadır. Nitekim İstanbul’un geçirdiği dönüşüm, yabancı tüketici ürünlerinin dolaşıma girmesine vesile olan alt-süreçlerle sürekli temas halinde olmuştur.

Bu dönüşümün ana hatları çizilerek yukarıda oluşturulan manzarası, yabancı tüketici ürünlerine ilişkin alt-süreçlerin barındırdığı hareketlenmeler konusunda, “Batılı mallar” ifadesinin İstanbul pazarında dolaşımda olan yabancı ürünlere dair yarattığı kapsayıcı, fakat aynı zamanda ‘sisli’ algıya benzer bir algı yaratmaktadır.

Ürüne ilişkin alt-süreçlerin kapsadıkları, bir çoğu tek bir kişi ve işletmenin boyutlanan mesleki eylemlerinden doğarak farklı ilişki ağlarına eklenen veya bu ilişki ağlarını oluşturan hareketlenmelerin izlenebilmesi, bu alt-süreçlere “miyopik”¹ bir bakış geliştirmekle mümkündür. Bu sayede Batılı tüketici ürünlerini dolaşıma sokan kanalların hangi fiziksel yapılar arasında, kimlerin eylemleriyle ve eylemlerindeki dönüşümlerle kurgulandıkları netlik kazanacaktır. Miyopik bir bakış açısı geliştirmeye, yapısı ve kurgusu itibarıyla imkan tanıyacak veriyi sağlayan, aynı zamanda İstanbul’un barındırdığı, yabancı tüketici ürünlerinin görsel ve fiziksel olarak dolaşıma girdiği kanallar ve bu kanallar üzerinden İstanbullunun tüketici ürünleriyle üretici, zanaatkar, tüccar, ticari temsilci, mağaza sahibi, fakat aynı zamanda tüketici ve kullanıcı kimlikleriyle girdiği etkileşim çeşitliliğinin izlenebildiği ön önemli başvuru kaynaklarından biri Şark Ticaret Yıllıkları’dır.

Şark Ticaret Yıllıkları

Genel olarak Şark Ticaret Yıllıkları² olarak anılan ve 1881-1948 yılları arasında düzenli olarak yayımlanan ticaret rehberlerinin ilki 1868 yılında Raphael Cervati ve N. C. Sargologo tarafından L’indicateur Constantinopolitain ismiyle basılmıştır. Yıllıklar 1881 yılında Cervati Kardeşler ve D. Fatzea tarafından L’indicateur Ottoman, 1883 yılında Indicateur Ottoman Illustre; 1885-1888 arasında Cervati Kardeşler tarafından Indicateur Oriental, 1889-1930 arasında Annuaire Oriental du Commerce; 1930 sonrası ise Şark Ticaret Yıllığı-Annuaire Commercial isimleriyle basılmaya devam etmiştir. Yıllıklar 1900-1921 arasında The Annuaire Oriental & Printing Co. Ltd. ve 1921-1930 arasında Alfred Ritzo tarafından basılmıştır.

ŞTY başta İstanbul olmak üzere Osmanlı topraklarındaki ticari faaliyetin detaylı bir dökümünü sunmak üzere yayımlanmış, aslen ticaret, fakat kaçınılmaz olarak üretim, sergileme ve satış faaliyetlerinin tanımını yapmak üzere kurgulanmıştır. 1909 itibarıyla ŞTY Kahire, Atina, Budapeşte, Brüksel, Kopenhag, Floransa, Londra,

1 “Miyopik bakış”, sosyolog Bruno Latour’un sosyoloji alanında sosyal bağların mutlak varlığının a priori (önsel) kabulüne bir eleştiri olarak geliştirdiği Actor-Network-Theory’de, ancak onu meydana getiren aktörlerin hareketlerinin izlerinin sürülmesi ile oluşan ilişkilene alanları, ağlaşma hareketi olarak tanımladığı ‘sosyale’ yaklaşımın ilk şartıdır.

2 Makalenin geri kalanında ŞTY olarak geçecektir.

Milano, Madrid, Moskova, Odessa, Paris ve Viyana gibi şehirlerde satılmaktadır. Bazı basımlarında Rusya, Bulgaristan, Romanya, Yunanistan ve Hırvatistan gibi ülkelerin ticaret merkezlerine dair bilgilere yer verilmesi, Fabricants (*et Exportateurs*) D'Europe (*Avrupalı Üretici ve/veya İthalatçılar*) bölümlerinde ise Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya, Avusturya, İsviçre, Belçika, Macaristan gibi ülkelerdeki faaliyetten bir seçkinin üretimi ve ithalatı yapılan ürünler bazında sunulması, yıllıkların Osmanlı ülkesi ve Avrupa arasında ticari etkileşimi arttırmayı, bu sayede yabancı tüketici ürünlerinin ülkeye giriş kanallarını çoğaltmayı da amaçladığını göstermektedir.

Yıllıkların genel kurgusuna bakıldığında hemen hemen aynı sırayla Osmanlı İmparatorluğu (*Osmanlı hanedanı, nezaretler ve yönetim kadroları, eğitim kurumları, yabancı ülkelerdeki elçilikler, yabancı ülkelerin diplomatik temsilcilikleri, posta, telgraf ve demiryolu şirketleri, çeşitli gayrimüslim cemaatlerin ibadet yerleri ve kanaat liderleri*), İstanbul Adresleri (*ticaret-yoğun bölgelerdeki iş yerlerinin adres ve faaliyet alanlarını kapsayan alfabetik liste*), Meslekler (*ticaret-yoğun bölgelerdeki iş yerlerinin meslek kolları bazında alfabetik dökümü, adres ve faaliyet alanı bilgileri*), Sokak ve Han Adresleri (*başta Pera ve Galata olmak üzere İstanbul (Eminönü, Beyazıt, Kapalıçarşı), Pangaltı ve Feriköy semtlerindeki iş yerlerinin sağlıklı solları kapı numaraları, han ve sokaklar özelinde alfabetik dökümü ve faaliyet alanlarına ilişkin listeler*), Osmanlı Vilayetleri (*vilayet bilgileri ve bu vilayetlerde ticari faaliyet gösteren kişi ve işletmelerin meslek kolları özelinde alfabetik dökümü*), Avrupalı Üreticiler (*Avrupa'nın ticaret merkezlerindeki faaliyete ilişkin ürün veya hizmet özelinde üretici ve tüccar seçkisi*) ve İlanlar (*yerli ve yabancı tüccar ve üreticilerin ilanları*) bölümleri yer almaktadır.

Aktar'a göre (1998, 121) "Cervati kardeşlerin kendi imkanları ile yaptırmış oldukları bu listeleme çabası, aslında ilkel düzeyde bir Sanayi ve İşyerleri Sayımı olarak ele alınabilir". ŞTY, bu bağlamda ticaret hayatının adres rehberi niteliği taşımakta, fakat herhangi bir adres rehberinden kişi veya işletmelerin bilgilerini farklı biçimlerde gruplaması ve listelemesi ile ayrılmaktadır. Yıllıklara derinlemesine bakan bir araştırmacı, kimin nerede, ne ürettiği ve sattığının yanı sıra, yurtdışından hangi

ürünün, kimin aracılığıyla ülkeye geldiği, nerede satıldığı, sergilendiği ve/veya depolandığına ilişkin bilgilere ulaşabilmekte, bazı sektörlerin kentin hangi bölgelerinde yoğunlaştığını görebilmektedir. Kayıtlar oluşturulurken çoğunlukla ticari faaliyetin yoğunlaştığı semt ve bölgelere odaklanılmış (Aktar, 1998, 122), yıllık başyazılarından anlaşıldığı üzere yıllıklara katılım gönüllük bazında gerçekleşmiştir. Bu nedenle yıllıklardaki listeler İstanbul'un tümünü temsil etmemektedir.

Araştırma kapsamında Şark Ticaret Yıllıkları'nın Meslekler bölümlerinde otuz dört seneye yayılan ve yabancı ürünlere ilişkin alt-süreçlerin parçası olan kişi ve işletmeler hakkında girilen binlerce kayıta 'miyopik' bakmak, bu kişi ve işletmelerin uzmanlık alanlarını, hangi ürünlerin üretimi, ticareti, sergilemesi, satışı ve tamiri üzerine faaliyet gösterdiklerinin yanı sıra, mesleki yönelimlerinin yıldan yıla nasıl dönüştüğünü anlamak açısından hayatidir. Bu isimlerin eylemlerindeki yıllara yayılan boyutlanmanın analizi, ŞTY'nın yapı ve kurgu gereği sundukları verilerin, üretilme amacı ve ulaşmayı hedefledikleri kesimler açısından farklılık gösteren resmi doküman, ilan, ticari kayıt ve belgenin bir arada değerlendirilmesini gerekli kılmıştır.

ŞTY'nda tüketici ürünlerine ilişkin faaliyet gösteren kişi ve işletmelerin listelendiği meslek kolları başlıkları, öncelikle, altı yüzü aşkın meslek kolu arasından belirlenmiştir. Bir ürüne veya ürün grubuna (*mobilya, aydınlatma, ısınma ve pişirme vb.*), bir malzeme veya malzeme grubuna (*hasır, çelik, gümüş vb.*), tedarik hizmetine (*yedek parça, üretim tezgahı, üretim alet ve edevatı vb.*), montaj ve kurulum faaliyetlerine (*banyo, merkezi ısıtma, elektrik tesisatı vb.*), tamir faaliyetine (*şemsiye, müzik enstrümanı, dikiş makinesi, daktilo vb.*), zanaat ve atölye üretimine (*marangozluk, oymacılık, dökümcülük, yaldızcılık vb.*), yerli ve yabancı üreticilerle geliştirilen ticari faaliyetlere (*ticari temsilcilik, tüketici ürünlerinin ithalat ve ihracatı*) ve sergileme ve satış mecralarına (*çarşı, pazar ve çok katlı mağazalar*) atfen tanımlanan meslek kolları kendi aralarında gruplanmış, bu sayede ürüne ilişkin alt-süreçlerin kapsadıkları

Şekil: 1
Annuaire Oriental, 1893-1894, (SALT
Araştırma, Şark Yıllıkları).



uzmanlık ve faaliyet alanlarının bir havuzu oluşturulmuştur. İlgili meslek kolları listeleri 1881-1914 arasında yayımlanmış her basımda taranmış, her kayıt aynı yılın İstanbul Adresleri bölümlerindeki kayıtlarla karşılaştırılarak listelerde yer alan isimlerin uzmanlık alanlarını, faaliyet biçimlerini, adres bilgilerini (*büro, mağaza, depo vb.*), etnik kökenini, aile bilgilerini (*işletmeyi devralan aile bireyleri vb.*), ortaklıklarını ve kurumsal bağlantılarını içeren ve otuz dört seneye yayılan kişi ve işletme portföyleri oluşturulmuştur. Ayrıca yıllık ilanları görsel ve metinsel olarak analiz edilmiş, ilgili kişi ve işletmelerin-eğer ilanları var ise- faaliyetlerinin farklı boyutları, hitap ettikleri müşteri kitlesi, uzmanlık alanlarına giren ürün çeşidi ve üretim biçimleri anlaşılmaya çalışılmıştır. Bir sonraki adımda ilgili ismin yurtiçi ve yurtdışındaki ticari ilişkilerine, kurumsal bağlantılarına, mesleki faaliyetlerinin genişleme biçimlerine, kişisel ve mesleki hayatlarının detaylarına ulaşabilmek için çevrimiçi şecere veri tabanları, kent meclisi arşivleri, nüfus sayımı verileri ve göçmen kayıtları, yerli ve yabancı müzelerin çevrimiçi koleksiyonları, müzayede

evleri katalogları ve çevrimiçi müzayede platformlarının arşivlerinin yanı sıra Başbakanlık Osmanlı Arşivi ve İBB Atatürk Kütüphanesi'ndeki belgeler taranmış, ŞTY'ndaki tekil kayıtların sundukları ipuçları izlenerek ilgili ismin mesleki faaliyetinin seyri ve dönüşümü anlaşılmaya çalışılmıştır. Buna paralel olarak ilan sayfaları görsel ve metinsel içerik açısından zenginlik gösteren dönem gazete ve dergilerinden Servet-i Fünun (*haftalık*), İkdam (*günlük*) ve Hanımlara Mahsus Gazete'nin (*haftalık*) ŞTY'nin basım yıllarıyla paralel sayıları taranmış, ilgili ismin uzmanlık alanına giren ürün çeşidi, yabancı markalar, ürünlerin getirildikleri ülkeler hakkında bilgi edinilmiş, ayrıca ilanı veren kişi veya işletmenin ürünleri ve mesleki faaliyetlerini tanıtırken kullandığı dil analiz edilerek ulaşmaya çalıştıkları müşteri profili hakkında fikir edinilmeye çalışılmıştır.

Meslekler bölümlerindeki listeleme sistemine bakıldığında açılan her başlık altında kişi ve işletmeler alfabetik olarak, *Soyad, Ad veya Baş Harfi, İşletme veya Mağazanın İsmi, Faaliyet Alanı ve Açıklayıcı Notlar, (var ise) İlan Sayfası*

Numarası, Sokak ve Han İsmi, Kapı Numarası; (var ise) Şube, Depo, İmalathane ve Büro Adresleri sırasıyla listelenmiştir. Yukarıda görülen Mobilya Tüccarları listesinde Jean Antikadjian isimli kişinin sadece mobilya ticareti değil sipariş üzerine üretim de yaptığı, M. Arakelian ve M. Antranidi'nin ise sedefli mobilya alanında faaliyet gösterdikleri görülmektedir (Şekil 1). Listelerde, üretilen veya ticareti yapılan ürünlerle ilgili bunlara benzer birçok not bulmak mümkündür. Bazı durumlarda ürünün özellikleri (*lüks mobilya, yaldızlı çerçeve vb.*) ve geldiği ülke, temsilciliği yapılan markalar, söz konusu olan eğer bir mağazaysa satışa sunulan ürünlerin listesi, işletmelerin kuruluş tarihleri ve ortakları, ilgili ismin ek uğraş alanları gibi bilgilere de bu notlardan ulaşılabilmektedir

ŞTY'nda tüketici ürünlerinin ticaretiyle uğraşan ve ticari temsilcilik yapan isimler bir ürüne atfen açılan başlıkların yanı sıra her türlü ham ve yarı-işlenmiş madde ile tüketici ürününün ticaretini kapsayan Tüccarlar ve Ticari Temsilciler başlıkları altında listelenmiştir. Bu listelerde yer alan tüccarların Almanya, İngiltere, Fransa başta olmak üzere Amerika, Avusturya, Belçika, İspanya, İsviçre ve İtalya gibi ülkelerle ticaret bağlantıları olduğu yanlarına düşülen *maison Anglaises (İngiliz işletmesi)*, *meme maison a Londres (merkezi Londra'da)* benzeri notlardan anlaşılmaktadır. Ticari Temsilciler listelerinde sıklıkla karşılaşılan *fabriques Anglaises et Françaises (İngiliz ve Fransız fabrikaları)* ve *de la maison (.....İşletmesi'nden)* benzeri notlar ise ürünlerin hangi ülkelerden geldikleri hakkında fikir vermektedir. Buna göre yabancı tüketici ürünlerinin İstanbul pazarına girişi çoğunlukla yabancı üreticilerin ticari temsilciliğini yapan tüccarlar vasıtasıyla gerçekleşmiştir. Bu ürünler dönemin ünlü mağazalarında, çok katlı alışveriş merkezlerinde ya da ürünleri getiren tüccarların kendi dükkanlarında sergilenmiş ve satışa sunulmuştur; kullanım kılavuzları, mağaza katalogları ve ilanlar yoluyla hedef müşteri kitesine görsel olarak ulaştırılmıştır. Bazı durumlarda yabancı firmalar bizzat

açtıkları mağazalarla İstanbullu tüketiciye ulaşımlardır.

Batılı tüketici ürünlerinin İstanbul pazarındaki artan varlığının üretici, tüccar, mağazacı ve ticari temsilci olarak İstanbullunun mesleki pratiğinde yarattığı hareketlenmeleri anlamak ancak bu ürünlerin İstanbul'a getirilmesinde rol oynamış kişi ve işletmelerin, ürünlerin sergilendikleri ve satışa sunuldukları mağazaların, bu ürünlerden etkilenecek mesleki yönelimlerini güncelleyen veya dönüştüren üreticilerin tekil hikayelerine odaklanarak mümkündür. "Batılı mallar" ifadesinin yarattığı sis perdesi ancak bu şekilde, bir nebze de olsa, aralanabilir.

Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-ı Beytiyye Mağazası: Bon Marşeler İstanbul'unda Gölgede Kalmış Bir İngiliz Teşebbüsü

XIX. yüzyılın son çeyreği itibarıyla İstanbul'da çok sayıda Batı tipi alışveriş merkezi bulunmaktadır. Kapalıçarşı ve Eminönü ile Haliç kıyısında uzmanlık alanlarına göre kümelenmiş arasta ve çarşılar İstanbul'un temel gündelik alışveriş bölgelerini oluştururken, çoğunlukla Pera'da fakat aynı zamanda tarihi yarımada açılan çok katlı alışveriş merkezleri İstanbulluya yerli ve ithal, her çeşit tüketici ürününü izleme ve satın alma imkanı vermiştir. Köse'nin (2009; 2011) "dikey pazarlar" ve "çağdaşlık çarşıları" olarak tanımladığı bu yapılar, mekânsal organizasyonları, ürünleri gruplama ve sergileme biçimleri, müşterilerle kurdukları ilişkiler ve geliştirdikleri pazarlama stratejileri bağlamında İstanbullunun geleneksel alışveriş deneyiminden önemli bir biçimde ayrılmaktadır. Bu tip mağazalar genel olarak Bon Marşe olarak anılmakta, bu tabir yeni bir alışveriş deneyimini ve mağaza tipolojisini temsil etmektedir. Altın'a göre (2016) "toplumsal dönüşümün kapitalist tüketim nesnelere üzerinden daha yoğunluklu biçimde görünür olabilmeye başladığı" bu dönemde Batılı tüketici ürünlerini İstanbul pazarına getiren ve ilan, katalog, kullanım kılavuzu gibi öğelerle pazarlayan tüccar ve mağazalar, "dışarıdan getirilen, içeride

Şekil: 2
Bazar Allemand, Annuaire Oriental ilanı,
1892-1893, (Fener Rum Patrikhanesi Arşivi
ve SALT Araştırma, Şark Yıllıkları).



beraberce arzulanan ve fakat yalnız bazılarında sahip olunan ve bu dengesizliği yeni toplumsallık örüntülerine dönüştüren bir yapı” (Altın, 2016) içerisinde tüketim kültürünün vitrinleri olmuşlardır.

ŞTY’nın Meslekler bölümlerinde 1883-1914 arasında her yıl açılan Çarşılar (Bazars) başlığı altında listelenen Batılı tipte alışveriş merkezleri ve perakende zincirlerine bakıldığında Wilhelm Paluka tarafından 1867’de kurulan Pera’daki Alman Pazarı (Bazar Allemand) (Şekil 2), Bortoli Kardeşler tarafından 1854 yılında Marsilya’da kurulan ve Köse’ye göre (2011) 1869/70 yıllarında Pera’da, bugünkü Odakule’de, bir şubesi açılan Grands Magasins Au Bon Marche (Büyük Bon Marş Mağazaları), 1855 yılında Leon Orosdi, Hermann Back, Philippe Orosdi ve Joseph Back tarafından kurulan (Köse, 2011) Eminönü, Bahçekapı Sokak’taki Orosdi Back mağazası ve İngiliz tüccar George Baker’in Pera’da üç ayrı şubesi bulunan Baker Mağazası ön plana çıkmaktadır. Bu mağazaların her biri yerli ve yabancı tüketici ürünlerini farklı departmanlarda gruplayarak sergileyen, “kadın ve erkeklerin içinde özgürce gezinebildiği bir mal ve

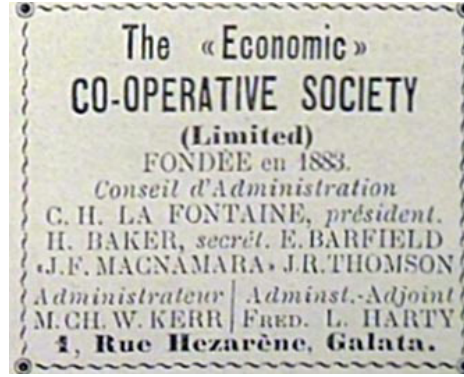
tüketim dünyası” (Köse, 2009, 293) ve Batılı anlamda bir alışveriş deneyimi sunan merkezlerdir. Bu mağazalar hem vitrinleri, hem de reyonlarıyla alışveriş deneyimini tekrar tanımlamış, İstanbullu tüketicinin Batılı ürünlerle karşılaşma platformlarını oluşturmuştur. Yıllıklardaki ilanlardan bu mağazalarda gıda maddesinden oyuncağa, ev tekstilinden bahçe mobilyasına, seyahat eşyasından kristal ve porselen ürünlere, aydınlatma ürünlerinden pişirme ve mutfak gereçlerine uzanan çeşitlilikte ürünün satıldığı anlaşılmaktadır. George Baker’in yıllıkların yanı sıra dönemin süreli yayınlarına verdiği ilanlardan mağazalarında mutfak gereçleri, aydınlatma ürünleri, İngiliz porselenleri ve servis takımları, halı süpürgeleri ve çamaşır makineleri gibi ürünleri tüketiciyle buluşturduğu anlaşılmaktadır.

Çarşılar başlıkları altında listelenmeyen fakat Çeşitli Cemiyetler ve Şirketler (Societes Diverses) başlıkları altında karşılaşılan, dönemin Bon Marşeleri arasında adı geçmeyen Ekonomik Kooperatif Limited Şirketi’ne ait Büyük Bakkaliye ve Levazım-ı Beytiyye Mağazası İstanbul pazarına Batılı tüketici ürünlerinin

girişini sağlayan önemli kanallardan biri olarak göze çarpmaktadır. Ekonomik Kooperatif Limited Şirketi (*The Economic Co-Operative Society Limited*)³ (Şekil 3), sadece Batılı tüketici ürünlerini dolaşıma sokan ticaret ve satış kanallarından biri olmakla kalmayıp, o dönemdeki dış ticaret patlaması ve ticaret odalarının kurulması süreçlerinde şirketler ve ticaret kurumlarının üyeleri arasındaki ilişkilenebilir de örneklemektedir. EKLŞ mağazalarının ürün gamından yola çıkarak bu şirketin aynı zamanda, yönetim kurulu üyelerinden Sidney ve Stephen Nowill kardeşlerin varisi oldukları Sheffieldli köklü çatal-bıçak üreticisi John Nowill & Sons'ın ürünlerini tüketiciyle buluşturduğu, İstanbul'da ticari temsilcilik ve ithalat-ihracat alanında faaliyet gösteren bir şirketin ürünlerini İstanbullu tüketiciye ulaştırmak için dahil olduğu ticaret ve kurum ağlarını örneklediği görülmektedir. Bu bağlamda EKLŞ ve mağazaları Batılı tüketici ürünlerini İstanbul'da dolaşıma sokan kurum, ticaret, satış ve dağıtım kanallarının birbirleriyle ilişkilenebilirlerdir.

EKLŞ, 1883 yılında kurulmuş, 13 Aralık 1914 tarihinde yayınlanıp uygulamaya konulan anonim şirketler nizamnamesi gereğince Ekonomik Kooperatif Osmanlı Anonim Şirketi ismini almıştır. Şirketin kuruluş amacı "Osmanlı topraklarında her nevi gıda maddesi, ev gereçleri, mal ve eşya ticareti ile meşgul olmaktan ibarettir" (Balcı ve Sırma, 2012, 94). Yönetim kurulu üyeleri farklı uğraşları olan İngiliz asıllı kişiler veya İngiltere ile bağlantılı ticaret yapan girişimcilerdir. Örneğin 1893 yılı itibarıyla başkan olarak ismi geçen Charles Henry La Fontaine, uzun süre Osmanlı Bankası'nın sekreterliğini yapmıştır.

Diğer üyelerden J. F. Macnamara tahıl ve şarap, J. R. Thomson (*Thompson*) çeşitli maden ve metaller, Henry Baker ise çeşitli tüketici mallarının ticareti ile uğraşmaktadır. Frederic Louis Harty, Tepebaşı'ndaki Harty Gıda Mağazaları'nın sahibi, Charles W. Kerr İngiliz Posta Teşkilatı üst düzey yöneticisidir. 1902-1914 arasında yönetim kuruluna Sidney ve Stephen Nowill,



Şekil 3

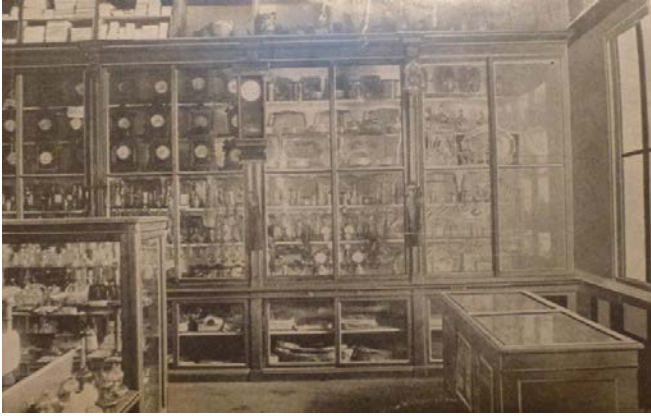
The Economic Co-Operative Society Limited bilgilendirme kutucuğu, *Annuaire Oriental*, 1892-93, (Fener Rum Patrikhanesi ve SALT Araştırma, Şark Yıllıkları).

İngiliz tüccar George Gatheral ve Osmanlı Reji İdaresi veznedarı A. H. Cumberbatch dahil olmuştur. Bu kişilerden Gatheral, Baker, La Fontaine, Nowill, Macnamara gibi isimler aynı zamanda İngiliz Ticaret Odası'nın üyeleridir.

Şirket, önceleri Galata, Hezaren Sokak'taki mağazasında, 1901 yılından itibaren ayrıca Tepebaşı'ndaki şubesinde, 1913 yılı itibarıyla da Kadıköy ve İstanbul, Zaptiye Sokak'taki şubeleriyle birlikte toplam dört şubede satış yapmıştır. 1902 tarihli Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-ı Beytiye Mağazası Kataloğu'ndan mağazalarda geniş çeşitlilikte yabancı tüketici ürününün satışı sunulduğu anlaşılmaktadır. Katalog, cinslerine göre gruplanmış ürünleri fiyatlarıyla birlikte sunmakta, bazı ürünlerin hangi ülkelerden getirildiğini yabancı markaların ve üreticilerin isimleriyle birlikte belirtmekte, ayrıca ürün reyonlarının fotoğraflarını içermektedir. Bu fotoğraflardan EKLŞ mağazalarının dönemin Bon Marşelerini aratmayacak çeşitlilikte ürün satışı yaptığı anlaşılmaktadır. Gümüş mamulat, tabak ve porselen, matbah (*mutfak*) ve kiler, kırtasiye, saat ve itriyat dairelerini tanıtan fotoğraflarda ürünlerin reyonlarda düzenli bir şekilde sınıflandırılarak sunulduğu, gümüş ve değerli madenden mamul sofras ve servis takımları, saat vb. eşyanın ise camekanlarda sergilendiği görülmektedir (Şekil 4, Şekil 5, Şekil 6, Şekil 7).

Kataloğa göre EKLŞ mağazaları, İstanbullu tüketiciye mağazaya uğramadan katalog üzerinden sipariş yoluyla satış hizmeti de vermektedir. Mağaza haftanın belli günlerinde İstanbul'un

³ Makalenin geri kalanında EKLŞ olarak geçecektir.



Şekil: 4
Gümüş evani camekanları, Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-Beytiye Mağazası Kataloğu, 1902 (SALT Araştırma, Nadir Kitaplar).

Şekil: 5
Matabah ve kiler dairesi, Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-Beytiye Mağazası Kataloğu, 1902 (SALT Araştırma, Nadir Kitaplar).

Şekil: 6
Matabah ve kiler levazımı, Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-Beytiye Mağazası Kataloğu, 1902 (SALT Araştırma, Nadir Kitaplar).

Şekil: 7
Tabak ve porselen dairesi, Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-Beytiye Mağazası Kataloğu, 1902 (SALT Araştırma, Nadir Kitaplar).

çeşitli bölgelerine adrese ürün teslimi yaparak kataloglarını satış ve dağıtım yöntemlerini, dolayısıyla müşterileriyle kurduğu ilişkileri, boyutlandırmak için araçsallaştırmıştır.

Katalogun girişindeki indekste, ürünlerin züccaciye, ev eşyası, madeni eşya, dikiş makinesi, saat, tütün ürünleri, itriyat ve gıda maddeleri olarak gruplandırıldığı görülmektedir. İç sayfalarda ürün kategorileri ürünlerin renk, biçim ve desen özellikleri ve ilgili açıklamalarla detaylandırılmıştır.

Örneğin Fırçalar, Billurlar, Fayans Mamulâtı ve Mamulât-ı Züccaciye kategorisi altındaki *Fayans Mamulâtı*, mavi çizgili ve yaldızlı porselenler (çorba kaseleri, düz ve çukur servis tabakları, tuzluk ve baharatlıklar, salata tabakları), beyaz çizgili ve yaldızlı İngiliz porseleni (çay ve kahve fincanları, demlikler, şeker kaseleri, kapaklı ve kapaksız kase ve servis tabakları), beyaz İngiliz porseleni (salata ve tatlı tabakları, çorba kaseleri, çay ve kahvaltı takımları) gibi sınıflara ayrılmıştır. *Mamulât-ı Züccaciye* ise Bakara (Fransız Baccarat markası) fabrikasından kristal ka-

dehler, kahve fincanları, yemek takımları, “yarım billur” ürünler (çeşitli kadehler, sürahi ve su bardakları) gibi sınıflara ayrılmış, bu ürünlerin özellikleri ayaklı, çizgili, kesme gibi sıfatlarla belirtilmiştir. *Levazım-ı Beytiyye (ev gereçleri)* kategorisinde aydınlatma, ısınma ve pişirmeye yönelik ürünler (sobalar, gaz ocakları, dondurma ve et makineleri, lambalar), *Muhtelif Levazım-ı Beytiyye (çeşitli ev gereçleri)* kategorisinde rendeler, tencereler, ispirto mangalları, mutfak fırınları, petrol ve gaz sobaları, buzlu dolaplar ve kasap makineleri, *Elektro-plat ve Gümüş Mamulât* kategorisinde nikelli ürünler ve gümüş eşya (sigara ve tütün tabakaları, kartvizit kutuları, çatal-bıçak takımları, zeytinyağlık ve sirkelik) bulunmaktadır. Kaynak ülkelere bakıldığında ısınma ve pişirme ürünlerinin bir kısmının Amerika’dan, porselen ve kristallerin çoğunlukla Fransa ve İngiltere’den, duvar saati ve konsol saatlerin İsviçre ve Amerika’dan, dikiş makinesi ve dikiş malzemelerinin bir kısmının ise İngiltere’den getirildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca

mağazalarda satışa sunulan lambaların tümünün Amerika'dan getirildiği "İhtar: Mağazamızda furuht olunan lambaların kaffesi Amerika mamulatındandır" notuyla belirtilmiştir.

Katalogda bazı ürünlerin markaları ve üretici isimleri yer almaktadır. Örneğin Amerika, Chicago merkezli soba üreticisi Huette-Barler Manufacturing Company'nin Barler's marka petrol ve gaz sobaları "Amerika'nın Barler sobaları", The Cleveland Foundry Company, Ohio'nun Puritan marka gaz ocakları da "Amerika'nın Puritan gaz ocağı" olarak tanıtılmıştır (Şekil 8). Bu markaların hangi modellerinin satışa sunulduğu hakkında bilgi verilirse de, firmaların 1900 başları itibarıyla piyasaya sürdükleri ürünlere bakılarak bu ürünlerin İstanbul pazarına da geldikleri var sayılabilir.

Aydınlatma ürünleri kategorisinde "Amerika'nın Miller lambaları" olarak tanıtılan lambalar, Amerika'nın önde gelen kerosen lambası üreticilerinden Edward Miller & Company of Meriden, Connecticut firması tarafından üretilen modellerden biridir. İlki 1892 yılında üretilen Miller serisinin masa, duvar ve tavan modelleri bulunmakta, katalogda belirtildiği üzere asma lambaları mağazada satışa sunulmaktadır.

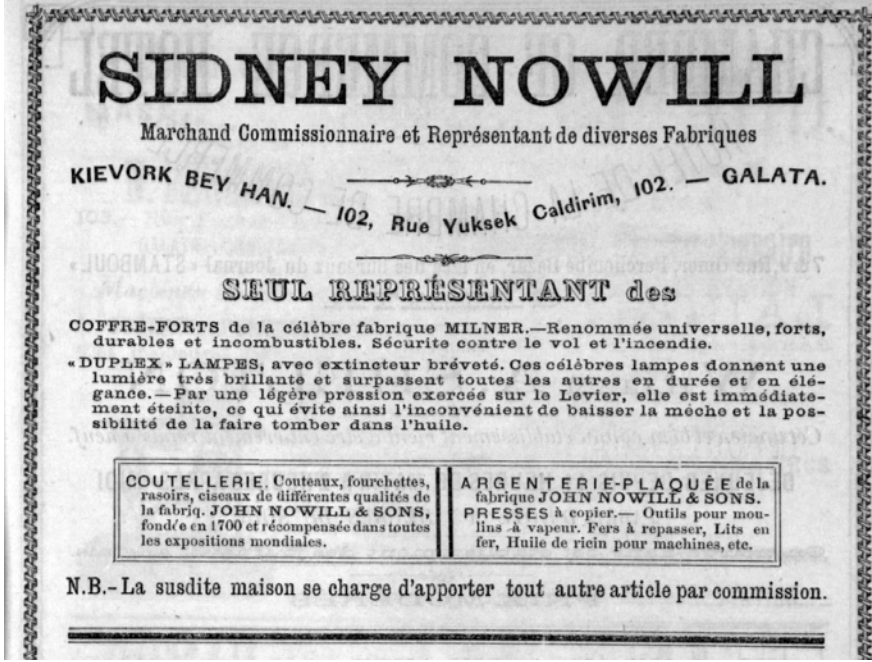
Kataloga göre Sheffieldli köklü çatal-bıçak üreticisi Con Novil Sons Şefild (*John Nowill & Sons of Sheffield, Cutlers*) firmasının İngiliz beyaz madeni olarak tanımlanan elektro-plat çatal-bıçak ve servis takımları, maşa, makas gibi ürünleri *Elektro-Plat ve Gümüş Mamulâtı* kategorisinde satılmaktadır. Mağazalarda John Nowill & Sons ürünlerinin satılıyor olması, EKLS'nin yönetim kurulunda yer alan Sidney Nowill & Co.'nun kurucuları Sidney ve Stephen Nowill kardeşlerin, varisleri oldukları firmanın ürünlerini hangi kanallarla, ne tür ticaret ve kurum ağlarının parçası olarak tüketiciye ulaştırdıklarıyla ilgili ipuçları sağlamakta, bu bağlamda İstanbul pazarındaki üretim, ticaret ve kurum etkileşimleri hakkında fikir vermektedir. Sidney Nowill & Co.'nun İstanbul'daki serüveni, Nowill'in ikinci kuşaktan yeğeni



Şekil: 8 Puritan gaz ocağı, 1894, (National Museum of American History, Kenneth E. Behring Center, www.americanhistory.si.edu).

Sidney E. P. Nowill'in (1921-2013) anılarında kısaca yer bulmuştur. Nowill'in (2011, 2-4) anlattığına göre Sidney Nowill (1851-1913) henüz 14 yaşındayken babasıyla yaşadığı bir tartışma sonucu ailesini terk ederek İstanbul'a gelmiş, bakır plaka ticareti yapan İskoç bir tüccarın yanında çalışmaya başlamıştır. İstanbul'a gelişinden bir kaç sene sonra babası John Nowill'in oğluluyla barışmak için 1000 pound değerindeki bir bavul dolusu çatal-bıçak setini Nowill'e yolladığını biliyoruz (Nowill, 2011, 3). Nowill, bu setleri sermaye yaparak Kevork Bey Han'da bir import-export ofisi kurmuş, çatal-bıçak ticareti yapmaya başlamıştır. (Şekil 9) Kendisinden 7 yaş küçük kardeşi Stephen'ı (1858-1926) da İstanbul'a davet eden Sidney, 1874 yılında Sidney Nowill & Co.'yu kurmuştur (Şekil 10). Firma, ŞTY'nda genel ticaretle ve ticari temsilcilikle ilgili başlıklar altında farklı yıllarda listelenmiş, ayrıca 1881-1888 arasında Lamba Tüccarları (*Lampes-March. de.*), 1898-1914 arasında ise Çatal-Bıçak ve Servis Takımları (*Coutellerie*) başlıkları altında yer almıştır.

Nowill kardeşler şirketi kurduktan sonra ticari temsilcilik anlaşmaları yaparak İstanbul'un tanınmış ve güvenilir tüccarları haline gelmişlerdir. (Nowill, 2011, 7). İngiltere-Türkiye arasında büyük ölçekli ticaret yapan firmalardan biri olarak hem



Şekil 9
Sidney Nowill, Indicateur Ottoman Illustré
ilanı, 1883, (SALT Araştırma, Şark Yıllıkları).

Şekil 10
Sidney Nowill & Co, 1895, (Nowill, 2011, 7,
Julian Nowill'in izniyle).

Şekil 11
Thomas Nowill & Co. üretimi bıçak takımı
ve kantini, 1780ler (Sheffield Müzesi,
Dekoratif Sanatlar Koleksiyonu, www.
museums-sheffield.org.uk).

Şekil 12
John Nowill & Sons, D Star ve Krosskeys
ticari markaları, (www.strazors.com,
Alexei Tseitlin'in izniyle).

İngiliz üretimi makine, çelik kasa, lamba, daktilo gibi ürünlerin Osmanlı pazarına girişine vesile olmuş, hem de İstanbul’u, Osmanlı pazarına 1780’lerden itibaren bıçak ve kesici alet ihraç eden John Nowill & Sons’ın Orta Doğu’ya açılan kapısı, bir dağıtım ve pazarlama merkezi konumuna getirmiştir (Şekil 12, Şekil 13, Şekil 14). ŞTY’ndaki kayıtlardan yola çıkılarak izlenen Sidney Nowill & Co’nun ticari faaliyetindeki dönüşüm, yabancı bir çatal-bıçak üreticisinin Osmanlı ülkesi ile 100 yılı aşkın ticari ilişkilerini de açığa çıkarmıştır.

Sheffield Kent Meclisi Arşivleri’ne göre (Url-1) John Nowill & Sons, 1700 yılında

Thomas Nowill tarafından kurulmuş, firmanın ismi kalfalıktan ustalığa terfi eden aile üyelerinin kurdukları her yeni ortaklıkla değişerek 1825 sonrası John Nowill & Sons olarak kalmıştır. Sheffield’in İkinci Dünya Savaşı’nda yaşadığı yıkımdan sonra Hopkinson ailesine satılmasına kadar da bu isimle anılmıştır (Nowill, 2011, 2) (Şekil 11). İlginçtir ki, 1786’da Thomas Nowill & Sons ismini taşıyan firma, Robert Hadfield & Co. isimli Sheffield firması aracılığıyla Osmanlı pazarına hatırı sayılır miktarda ürün ihraç etmiştir (Url-2); hatta, bir şecere veri tabanındaki bilgiye göre (2005), firmanın dış ticarete yönelik üretiminin tamamı Osmanlı pazarına gönderilmiştir (Url-3).





Şekil: 13

John Nowill & Sons üretimi balık bıçağı, 1870. (Nowill, 2011, 3, Julian Nowill'in izniyle).

Bu ticaret ilişkisi, Yunanistan'ın 1829 yılında bağımsızlığını ilan etmesiyle neredeyse tamamen durmuş, 1870'li yıllarda İstanbul'daki bir Fransız tüccarın "D Star ve Krosskeys markalarının sahibinden" ürün ısmarlamasıyla tekrar başlamış, Sidney Nowill & Co.'nun kurulmasıyla da canlanmıştır (Url-3).

Öndeş'in (2013, 245) Charles Frederick Wilkinson'dan aktardığı üzere, John Nowill & Sons ürünlerinin kullanımı, muhtemelen EKLS mağazalarının da katkısıyla, 1910 yılı itibarıyla "İstanbul sosyete evlerinde" yaygındır. Bu ürünler o dönemde birer statü göstergesi haline gelmiştir.

Hünerlerini Yeni Bir Ürünün Tamirine Yönlendirerek Piyasa Şartlarına Uyum Sağlamış Bir Üretici: Lambacı Leon

İstanbul pazarına giren Batılı ürünlerin pazarda faaliyet gösteren üretici ve zanaatkarların mesleki faaliyetlerini nasıl dönüştürdükleri konusundaki yaygın düşünce bu şahısların rekabet güçlerini zamanla yitirerek pazardan silindiğidir. Bir çok yerli üretici ve zanaatkar, gerçekten de Batılı malların istilasına karşı direnememiş, başka mesleki arayışlara girmiş, belki de mesleki hayatlarını sonlandırmışlardır.

ŞTY'ndaki kayıtların izleri sürülerek, Batılı tüketici ürünlerinin artan varlığının üreticilerin mesleki pratiklerinde yeni yönelimler ve hizalanmalarla sonuçlanan durumların örneklerine ulaşmak mümkündür.

Yıllıklarda 1896-1914 arasında eksiksiz olarak görülen ve çeşitli süreli yayınlara verdiği ilanlarda kendisini "Lambacı Leon" olarak tanıtan Leon Hazarossian, yeni bir ürünün pazara girişini avantaja çeviren, mevcut üretim bilgisini bu ürünün tamirine aktararak faaliyet alanını genişleten örneklerden biridir. Hazarossian, farklı yıllarda Lamba Tüccarları (*Lampes-March. de.*), Lambacılar (*Lampiste*) ve Aydınlatma Gereçleri (*Appareils d'Eclairage*) başlıkları altında listelenmiş, isminin yanına lamba üreticisi (*lampiste*) veya aydınlatma gereçleri üreticisi (*fabricant d'appareils d'eclairage*) notları düşülmüştür. Hazarossian, listelerde sadece ismen var olan bir çok üreticinin aksine yıllıklara ilan vermeyi önemsemiş, yeni mesleki yönelimi konusunda bilgilendirme yapmayı ihmal etmemiştir.

Hazarossian'ın 1900 basımına verdiği bir ilandan Pera'daki atölyesinde gaz, yağ ve mum lambası ile çizim üzerinden ısmarlama avize, kollu şamdan, tavan lambası, fener vb. bir çok aydınlatma ürününün



Şekil: 14

John Nowill & Sons üretimi balık bıçağı detayı, 1870. (Nowill, 2011, 3, Julian Nowill'in izniyle).

LÉON HAZAROSSIAN
Grande Rue de Péra, 147.
MANUFACTURE
D'APPAREILS D'ÉCLAIRAGE
à gaz, huile et bougies.
FABRICATION SUR DESSINS
de lustres, girandoles, suspensions, lanternes, etc.
et de toute sorte de becs à gaz.
ATELIER D'ELECTROCHIMIE
Dorure, argenture et nickelage sur tous métaux.
FABRICATION SOIGNÉE.

**RAYON SPÉCIAL
POUR CYCLISTES**
Bicyclettes de première marque
CRESCENT.
Accessoires et pièces détachées.
PRIX MODÉRÉS.

**Phonographes & Graphophones
SYSTÈME EDISON**
Seul dépôt de cylindres
de la maison renommée
A. I. C. G.
d'Italie.
SEFA
Grand Dépôt, Rue Eski Zaplı, 7, Stamboul.
Grand choix d'airs turcs, arabes, etc.

Şekil: 15
Leon Hazarossian, *Annuaire Oriental* ilanı, 1900, (Fener Rum Patrikhanesi Arşivi ve SALT Araştırma, Şark Yıllıkları).

Şekil: 16
Leon Hazarossian ilanı, *Servet-i Fünun*, 26 Ağustos 1897, (Ankara Üniversitesi Gazeteler Veritabanı).

üretimini yaptığı anlaşılmaktadır (Şekil 15). Altın ve gümüş kaplama ile nikelaj işlemlerini gerçekleştirdiği elektro-kimya atölyesinde yaptığı üretimi “zarif” olarak tanımlayan Hazarossian, ayrıca Crescent marka bisiklet ve bisiklet aksesuarları ile gramofon ve gramofon silindiri satışı yapmaktadır.

Bisikletin İstanbul pazarına girişi ve giderek yaygınlaşması, Hazarossian’ın mesleki pratiğini dönüştüren, onun mesleki hünelerini değerlendirmesine imkan veren yeni bir alan açmış görünmektedir. 26 Ağustos 1897 tarihli *Servet-i Fünun*’a verdiği ilanının metninden anlaşıldığı üzere Hazarossian bisiklet satışı ve tamirine yönelmiş, bu alanda hizmet veren yeni bir şube açmıştır (Şekil 16).

وہلوسید و تعمیرات مختلفہ سی
مشہور لاناچی لئون مغازہ سی
بک اوغلندہ اودہ ٹون تیاروسی یانندہ (دہوو) پولندہ
بیوک یکی مغازہ ودستگاہ

لئون افندی دمیر جیلکہ و دو کہ جیلکہ
متعلق صنایعدہ و لانا جیلکہ برچوق ہنر
فوق العادہ احراز ایلہ مشترکینک خشنودیسنی
جلب ایلدیکی کی بودفعہ و ہلوسید تجارتہ
و تعمیراتہ مخصوص بر شعبہ دہا اچشدر .
شویکی واسطہ نقلیہ بہ مراق ایدنرک بردفعہ
لئون افندی مغازہ سنی زیارت ایتسنی بالخاصہ
توصیہ ایلرز . ہلہ و ہلوسیدلر تعمیرہ محتاج
اولنر ایچون لئون افندی کی صاحب ہنر
بولق مشکلدلر . ہر نوع و ہلوسید اصلنہ
مطابق اولہرق تعمیر . وادتا تجدید قیلنور .

İlan metninde Hazarossian, önceleri lamba üretimi alanında kullandığı demircilik ve dökmeçilik hünelerini ayrıca bisiklet tamiri ve yenilemesi alanında gösterdiği vurgu yapmakta, velosipet denen bu yeni “vasıta-i nakliyenin” mesleki hayatını nasıl dönüştürdüğünü de birinci ağızından anlatmaktadır. Hazarossian’ın ürettiği aydınlatma ürünleri ile ilgili ne yazık ki çok az şey biliyoruz. Fakat 1898 tarihli bir belgeye göre bronz dökümcü Leon Hazarossian Mecidiye Nişanı’yla ödüllendirilmiştir (*La Revue Diplomatique*, 1898, 7). Bu da Hazarossian’ın dönemin tanınmış üreticilerinden olduğu anlamına gelmektedir.

Fason Üretim Dikiş Makinelerini Kendi Markalarıyla Pazarlayan Tüccarlar

XIX. yüzyılın son çeyreğinde İstanbul'da Avrupa ve Amerika üretimi dikiş makinelerinin farklı modellerine kolayca ulaşılmaktadır. Meslekler bölümlerinde Dikiş Makineleri (*Machines a Coudre*) ve Dikiş Makinesi Tamircileri (*Reparateurs de Machines a Coudre*) başlıkları 1881-1914 arasında her yıl açılmış, bu başlıklar altında listelenen isimlerin bir çoğu yıllıklara ve dönemin süreli yayınlarına ilan vermiştir. Hem yabancı bir tüketici ürünü hem de bir üretim nesnesi olarak dikiş makinesi ev ekseni ve parça başına üretim kültürünün yaygınlaşmasına neden olmuş, pazardaki ürün çeşitliliği de farklı fiyat ve kalitelere ürün arayan tüketiciye seçenek sunmuştur. Dikiş makinesi tüccarlarının ve üreticilerinin yıllıklara verdikleri ilanlardan İstanbul pazarında İngiltere, Almanya ve Amerika üretimi dikiş makinelerinin el ve ayakla işletilen modellerinin bulunduğu anlaşılmaktadır. Örneğin 1881-1914 arasında çoğunlukla listelenen dönemin ünlü dikiş makinesi tüccarlarından Em. J. Mertzanoff'un ilanlarından Voyvoda Caddesi'ndeki Dikiş Makineleri Büyük Deposu'nda İngiliz Jones, Amerikan Howe, Singer, Wheeler and Wilson ve Willcox and Gibbs gibi markaların toptan satışını, Amerikan Little Wanzer, Raymond ve Little Howe ile Alman Perfecta (*Opel*) ve Saxonica Regia (*Siedel & Naumann*) marka elle işletilen dikiş makinelerinin perakende satışını yaptığı anlaşılmaktadır. Bir başka dikiş makinesi tüccarı L. N. Clonari, 1885 yılı itibarıyla Alman König & Co.'nin ürünlerinin, B. J. Mouradyan Freres ise 1891 yılı itibarıyla Alman Junker & Ruh'un dikiş makinelerini satmaktadır. İstanbul pazarında Avrupa üretimi dikiş makinelerine üstünlük sağlayan Amerikan firması Singer de 1881 yılından itibaren Dikiş Makinesi Tüccarları listelerinde görünmekte, firmanın Türkiye, Mısır, Yunanistan ve Bulgaristan temsilciliğini yapan Alman asıllı G. Neidlinger'in İstanbul operasyonunu yürüttüğü anlaşılmaktadır. 1888 basımından itibaren görmeye başladığımız Singer ilanları, önceleri yarım sayfalıkken ileriki senelerde iki sayfaya yayılmıştır. Singer'in pazarda sağladığı üstünlük,

markanın müşterilerine ulaşmak için uyguladığı ilan politikaları, detaylı kullanma kılavuzlarının temini ve ürün demonstrasyonlarının yanı sıra "taksitle ödeme, tamir ve yedek parça sağlama ve ürün değiştirme" (Quataert, 1992, 23) gibi hizmetleri yaygınlaştırmasının bir sonucudur. Kupferschmidt'in (2004) aktardığına göre Fesch (1966) İstanbul'da 1907 yılı itibarıyla Amerika ve Almanya üretimi 10.000 dikiş makinesinin satılmış olduğunu düşünmektedir.

Dikiş makinelerinin İstanbul pazarında zamanla artan popülerliği ve bu ürüne yönelik talep artışı pazardaki bazı tüccar ve mağazacıların faaliyetlerinde yerli markaların ortaya çıkmasına, bu markaların görsel kimliklerinin oluşturularak ilanlar yoluyla pazarlanmasına ve yabancı marka dikiş makinelerinin belli modellerinin sahip olduğu pazar payına ortak olma girişimlerine uzanan hareketlenmeler doğurmuştur. Yıllıklardaki kayıtlardan yola çıkılarak faaliyetlerindeki boyutlanmanın izlenebildiği bu tüccarlar, yabancı dikiş makinesi üreticileriyle kurdukları ticari ilişkileri, Osmanlı pazarına yönelik fason dikiş makinesi üretirmek, bu makineleri kendi marka ve logolarını taşıyan plakalarla pazarlamak için kullanmışlardır.

Quataert (1992, 23-25), Osmanlı pazarında elle işletilen dikiş makinelerinin diğer modellere nazaran uygun fiyatlı ve kullanışlı olmaları nedeniyle özellikle kadınlar tarafından daha çok tercih edildiğini dile getirmekte, bu model dikiş makinelerinin gelir düzeyi nispeten düşük kesim tarafından muhtemelen daha çok tercih edildiğine işaret etmektedir. 1890-1908 yılları arasında pazarda eş zamanlı olarak dikiş makinesi ticareti yapan iki tüccar, Em. J. Mertzanoff ve Demetrius Persides, elle işletilen dikiş makinesi modellerine olan talebi kendi markaları altında pazara ürün sürerek değerlendirmişlerdir.

Mertzanoff'un İngiliz ve Alman fabrikalarında Osmanlı pazarına yönelik dikiş makineleri üretirerek bu makineleri Agent Em. J. Mertzanoff damgasıyla pazara sürdüğü bilinmektedir. Kapağındaki Arap harfleriyle "Naumann" yazısı

Şekil: 17

Agent Em. J Mertzanoff Damgalı dikiş makinesi, 1908 (Alif Art Osmanlı ve Karma Sanat Eserleri Müzayedesi Kataloğu, 6 Ekim 2013, Fotoğraf: Bahadır Taşkın).



bulunan, Osmanlı pazarı için Naumann Maschine Seidel & Naumann, Dresden firması tarafından üretilen Agent Em. J. Mertzanoff Constantinople damgalı dikiş makinesi aşağıda görülmektedir (Alif Art, 2013) (Şekil 17).

Mertzanoff’un piyasaya kendi markasıyla ürün sürmeye başladığı tarih bilinmese de, bugün çevrimiçi müzayede sitelerinde karşılaşılan Em. J. Mertzanoff Constantinople plakalı dikiş makinesi örneklerinden Mertzanoff’un piyasaya elle işletilen dikiş makinelerini sürmeyi tercih

ettiği anlaşılmaktadır (Şekil 18, Şekil 19). Mertzanoff’un bu girişiminin nedenlerini Mertzanoff’un 22 Temmuz 1899 tarihli İkdam gazetesine verdiği ilanın metin dilinde bulmak mümkündür. Mertzanoff bu ilanda İstanbul’a ve Osmanlı vilayetlerine dikiş makinesi getiren itibarlı bir tüccar olarak müşterilerini yabancı dikiş makinelerini iki katı fiyata satan mağazalar konusunda uyarmakta, Singer, Jones ve Seidel & Naumann marka dikiş makinelerinin farklı modellerinin gerçek fiyatlarını bildirmektedir. Mertzanoff

Şekil: 18

Em. J. Mertzanoff plakalı dikiş makinesi, (Url-4).

Şekil: 19

Em. J Mertzanoff plakalı dikiş makinesi, detay, (Url-4).





bu bilgilendirmeyi “hali vakti yerinde olmayanların” ve “biçare kadınların” mağdur olmamaları için gerekli görmekte, düşük gelir düzeyine mensup kesimi ve kadınları hedef kitle olarak gördüğünü ifade etmektedir.

Merzanoff’un faaliyet alanındaki hareketlenmenin bir başka boyutu, ticaretini yaptığı yabancı tüketici ürünlerinden dikiş makinesi ve saati tek bir üründe bir araya getiren bir patentinin bulunmasıdır. Bir İngiliz patent belgesine göre (1903) Mertzanoff, dikiş makinesi ile alarmlı saati birleştiren bir ürünün patentini almıştır. Buluşun açıklamasında dikiş makinesine monte edilecek saatin, fabrikalarda işçileri çalışma aralıkları konusunda bilgilendiren merkezi saatlerden farklı olarak, kullanıcıya özel olduğu ve her kullanıcının kendi isteği doğrultusunda zaman aralıkları belirlemesine imkan tanıdığı belirtilmektedir. Buluşunu hayata geçirip geçirmediği bilinmemekle birlikte, bugün fotoğraflarına ulaşılabilen Mertzanoff damgalı ürünlerde bu fikrin uygulamaya geçirildiği görülmektedir.

Faaliyeti Mertzanoff’la paralel bir şekilde boyutlanan Demetrius Persides de elle işletilen dikiş makinelerini İstanbul piyasasına kendi markası ile sürmüştür (Şekil 20). Persides’in bu makineleri kimlere ürettirdiği konusunda bilgi edinilemese de logosunda (Şekil 21) Alman üretici Seidel & Naumann’ın logosundan esinlenme

görülmektedir (Şekil 22). Bu esinlenmenin Persides’in Seidel & Naumann’ın hedef kitesine ulaşmak için bir strateji olarak ya da Seidel & Naumann ürünlerinin tüketiciyle olan tanışıklığını avantaja çevirmek amacıyla bilinçli olarak gerçekleştirildiği konusunda ancak tahminde bulunulabilir. Burada dikkat çeken, dönem tüccarlarının kendi markalarını oluştururken rakip firmaların görsel kimlik ve ürünlerini kendi faaliyet alanlarında esinlenme düzeyinde de olsa dikkate alabildikleridir.

Şark Ticaret Yıllıkları’nda Yabancı Tüketici Ürünleri

Meslekler bölümlerindeki tüccar ve ticari temsilci listelerine derinlemesine bir bakış İstanbul pazarında hangi yabancı tüketici ürünlerinin dolaşımda olduğu ile ilgili fikir vermektedir. Bu listeler İstanbul’daki

Şekil: 20
Demetrius Persides plakalı dikiş makinesi, 1890’lar. (Büşra Öksüz’ün izniyle).

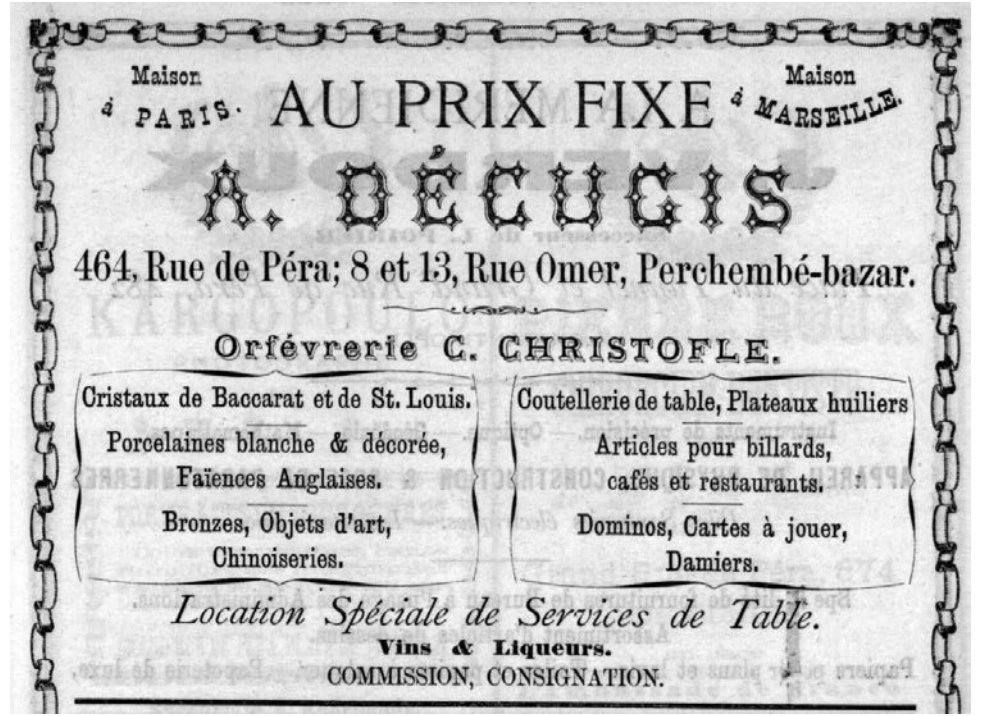
Şekil: 21
Demetrius Persides logosu, 1890’lar. (Büşra Öksüz’ün izniyle).



Şekil: 22 Seidel & Naumann logosu, 1900’ler (Url-5)

Şekil: 23

H. Decugis, L’Indicateur Ottoman, 1881,
(SALT Araştırma, Şark Yıllıkları).



ticari faaliyetin tümünü temsil etmemekle birlikte, yurtdışı bağlantılı ticaret yapan bir çok ismin hangi ülkelerden ürün getirmeyi tercih ettikleriyle ilgili bilgi vermektedir. Yabancı bir firmanın ticari temsilciliğini yapan ya da ürünlerini İstanbul’a getiren bir kişi ya da firmanın bu seçimleri yapmasında etnik kökeni veya milliyetinin, parçası olduğu ticari ve finansal ağların ve kurumların, örneğin ticaret odalarının, etkili olması muhtemeldir. Ayrıca, o dönemde sadece Türkiye’de değil Yakın ve Orta Doğu’nun genelinde agresif pazarlama faaliyetleri yürüten yabancı üreticilerin ürün tasarımı ve kalitesi bağlamında kabul görmüş olmaları, uluslararası sergiler yoluyla kazandıkları görünürlük ve belli bir sosyal sınıfın zevk ve beğenilerini şekillendirme veya yönlendirme konusundaki istikrarları bu seçimlerde muhtemelen etkili olmuştur. Dönemin çok katlı mağazaları başta olmak üzere, perakende zincirleri ve ünlü mağazaları bu ürünlerin tüketici kitlesine ulaşmasında etkili olmuş, fakat muhtemelen mütevazı hayatlar yaşayan İstanbulluların alım gücünün uzağında kalmıştır. Yıllıklardaki ürün, ürün modelleri ve marka çeşitliliği göz önünde

bulundurulduğunda, İstanbul tüccarlarının güncel ürünleri vakit kaybetmeden Osmanlı pazarına getirdikleri, bu ürünleri ilan ve kataloglar vasıtasıyla etkin bir şekilde pazarladıkları görülmektedir. İstanbul pazarı mobilya, aydınlatma, sofa ve servis ürünleri, mutfak gereçleri, fırın ve soba gibi ısınma ve pişirmeye yönelik ürünlerin yanı sıra buzlu dolap, halı süpürgesi, çamaşır makinesi gibi çeşitli ev eşyasının ticareti alanında oldukça canlıdır.

Meslekler bölümlerinde her sene açılan Kristal ve Porselen Tüccarları (*Cristaux et Porcelaines-March. de.*), Tabak-Çanak ve Züccaciye Tüccarları (*Assiettes et Verreries-March. de*) ve Çatal-Bıçak Takımları (*Coutellerie*) başlıklarının altındaki listeler yıldan yıla uzamaktadır. Küçük ölçekli işletmelerin de sayısının tutarlı bir şekilde artmış olması, İstanbullu tüketicinin ulaşabildiği ürün çeşidinin de arttığı anlamına gelmektedir. Hem ünlü mağazalar hem de çok katlı alışveriş merkezleri tarafından satışı yapılan, lüks tüketime yönelik ürünler arasında Fransız Baccarat’ın bardak ve kadehleri, Fransız Theodore Haviland’ın porselenleri, Fransız C. Christofle’in altın ve gümüş kaplama



Şekil: 24

Joseph Fraget üretimi gümüş kaplama demlik, 1896-1915, (David N. Nikogosyan Koleksiyonu, Association of Small Collectors of Antique Silver).



Şekil: 25

125 parça Carl Tielsch porselen yemek takımından detay, 1900 (Auctionata Müzayede Sitesi, www.actionata.com).

sofra ve servis takımları bulunmaktadır. Dönemin ünlü kristal ve porselen tüccarlarından Henri Hippolyte Decugis'in Pera ve Perşembe Pazarı'ndaki mağazalarında bu ürünlerin satıldığı (Şekil 23), ayrıca Au Bon Marche mağazalarının da C. Christoffe'in Türkiye temsilciliğini yaptığı bilinmektedir.

Dönemin bir başka kristal ve porselen tüccarı J. C. Varian Pera'daki mağazasında yukarıdaki markalara ek olarak St. Louis kristallerinin, Fransız kökenli tüccar ve mağazacı Anthelme Chavin Pera'daki mağazasında Limoges porselenlerinin, Czerney & Comp. firması da Perşembe Pazarı'ndaki mağazalarında Bohemya kristallerinin satışını yapmaktadır. Tünel Meydanı'nda 1887 yılında bir mağaza açan Varşova merkezli gümüş ve altın kaplama eşya üreticisi Joseph Fraget'in de ürünleri İstanbul pazarında dolaşımdadır (Şekil 24).

Yıllık listelerinden, aralarında John Nowill & Sons gibi dünya fuarlarında ürünlerini sergilemiş bir çok firmanın ürünlerinin İstanbul pazarında dolaşımda olduğu anlaşılmaktadır. Ticari Temsilciler listelerinde 1888-1893 arasında görülen

F. C. Phillipp isimli bir tüccar 1851 Londra Sergisi'nde ürünlerini sergileyen Almanya, Altwasser merkezli porselen üreticisi Carl Tielsch & Co.'nun ürünleri ile Fried (Şekil 25). Siemens isimli Alman cam şişe ve damacana üreticisinin ürünlerini getirmektedir.

Almanya, Solingen merkezli çatal-bıçak üreticilerin ürünlerinin bir çok tüccar tarafından İstanbul'a getirildiği anlaşılmaktadır. Örneğin, Ev İdaresi Eşyası ve Gereçleri başlığı altında 1888-1902 arasında görülen S. Kurlaender isimli kişi, Solingen merkezli köklü bıçak ve servis takımları üreticisi ve 1851 Londra Sergisi katılımcısı (Sergi Kataloğu, 1851, 1058) J. A. Henckels'in ürünlerini pazara sunmaktadır. 1900-1914 arasında Çatal-Bıçak ve Servis Takımları başlığı altında listelenen Pavli Naskidoff isimli hırdavatçı ve tüccar ise Carl Friedrich ERN, Wald-Solingen isimli üreticinin ürünlerini satmaktadır. 1881-1914 arasında Tüccarlar başlıkları altında listelenen ve bugün hala faaliyet gösteren Hugo & Friedrich Lauterjung isimli Solingen merkezli mutfak bıçakları ve ustura üreticisi de Fındıklıyan Han'da faaliyet göstermektedir.

Tarif A.

CUISINIÈRES TOLE ET FONTE, RICHES, DU CENTRE
DEVANTURE FONTE ÉMAILLÉE

Foyers réglementaires À HOUILLE ET BOIS à gauche.
Foyers réglementaires À HOUILLE ET BOIS à droite.
Foyers réglementaires À HOUILLE ET BOIS à gauche.
Foyers réglementaires À HOUILLE ET BOIS à droite.


Portes de cuisson, chaudrons, casseroles, etc.

BUSE AU MILIEU
N° 5847, 5849, 5851. — Deux à 1 trou.

BUSE AU MILIEU
N° 5847, 5849, 5851. — Deux à 2 trous.

BUSE À DROITE
N° 5847, 5849, 5851. — Deux à 1 trou.

BUSE À DROITE
N° 5847, 5849, 5851. — Deux à 2 trous.



Fir d'une Cuisine N° 5847 à 5851.

Fir d'une Cuisine N° 5847 à 5851.

UN CHAUDRON À L'USAGE DE
PÊCHE, SAUMON, etc. — Fabricant, applique des parties et des modèles.
PÊCHE SAUMON, etc. — Fabricant, applique des parties et des modèles.
N. B. — Sans indication dans le prospectus, une Cuisine sans Foyers avec plaque seule dans le feu.

| NOMENCLATURE | BOIS | | FOUILLE | | PRIX Cuisine seule |
|--------------|----------|---------|----------|---------|-----------------------|
| | Longueur | Largeur | Longueur | Largeur | |
| 5847 | 47 | 33 | 47 | 33 | 158 |
| 5849 | 57 | 43 | 57 | 43 | 175 |
| 5851 | 67 | 53 | 67 | 53 | 192 |

PORTES ORNÉES ÉMAILLÉES

| NOMENCLATURE | BOIS | FOUILLE | PRIX |
|--------------|------|---------|------|
| 5847 | 47 | 33 | 158 |
| 5849 | 57 | 43 | 175 |
| 5851 | 67 | 53 | 192 |

PORTES TOLE ÉMAILLÉE DÉCORÉE

| NOMENCLATURE | BOIS | FOUILLE | PRIX |
|--------------|------|---------|------|
| 5847 | 47 | 33 | 158 |
| 5849 | 57 | 43 | 175 |
| 5851 | 67 | 53 | 192 |

Avec plaque seule dans le feu.
Avec porte et supports nichés devant et sur les côtés.

N° 5847 à 5851

Société Anonyme des Usines de PIED-SELLE, à FEMAY (Ardennes).

Tarif A.

CUISINIÈRES TOLE ET FONTE, GENRE PARIS
N° 1161 à 1164.

Foyers réglementaires À HOUILLE. — Tirage direct. — Deux foyers.

| NOMENCLATURE | BOIS | | FOUILLE | | PRIX Cuisine seule |
|--------------|----------|---------|----------|---------|-----------------------|
| | Longueur | Largeur | Longueur | Largeur | |
| 1161 | 47 | 33 | 47 | 33 | 158 |
| 1162 | 57 | 43 | 57 | 43 | 175 |
| 1163 | 67 | 53 | 67 | 53 | 192 |
| 1164 | 77 | 63 | 77 | 63 | 209 |

Sans plaque. — En fonte. — 2 50

N° 1171 à 1174. — Sans chaudière.
N° 1191 à 1194. — À chaudière.
Foyers avec À HOUILLE.

Tirage direct. — Deux modèles se plaçant devant ou derrière.
Deux de tirage avec ciel.

| N° | BOIS | | FOUILLE | | PRIX Cuisine seule |
|------|----------|---------|----------|---------|-----------------------|
| | Longueur | Largeur | Longueur | Largeur | |
| 1171 | 47 | 33 | 47 | 33 | 158 |
| 1172 | 57 | 43 | 57 | 43 | 175 |
| 1173 | 67 | 53 | 67 | 53 | 192 |
| 1174 | 77 | 63 | 77 | 63 | 209 |

SANS CHAUDIÈRE

| N° | BOIS | FOUILLE | PRIX |
|------|------|---------|------|
| 1171 | 47 | 33 | 158 |
| 1172 | 57 | 43 | 175 |
| 1173 | 67 | 53 | 192 |
| 1174 | 77 | 63 | 209 |

À CHAUDIÈRE

| N° | BOIS | FOUILLE | PRIX |
|------|------|---------|------|
| 1191 | 47 | 33 | 158 |
| 1192 | 57 | 43 | 175 |
| 1193 | 67 | 53 | 192 |
| 1194 | 77 | 63 | 209 |

N° 1170 à 1179. — Sans chaudière. — Foyers avec À HOUILLE.
N° 1190 à 1199. — À chaudière. — Foyers réglementaires
À BOIS ET HOUILLE à gauche ou à droite.
Tirage direct. — Deux modèles se plaçant devant ou derrière.
Deux de tirage avec ciel.

| NOMENCLATURE | BOIS | | FOUILLE | | PRIX Cuisine seule |
|--------------|----------|---------|----------|---------|-----------------------|
| | Longueur | Largeur | Longueur | Largeur | |
| 1170 | 47 | 33 | 47 | 33 | 158 |
| 1171 | 57 | 43 | 57 | 43 | 175 |
| 1172 | 67 | 53 | 67 | 53 | 192 |
| 1173 | 77 | 63 | 77 | 63 | 209 |

SANS CHAUDIÈRE

| N° | BOIS | FOUILLE | PRIX |
|------|------|---------|------|
| 1170 | 47 | 33 | 158 |
| 1171 | 57 | 43 | 175 |
| 1172 | 67 | 53 | 192 |
| 1173 | 77 | 63 | 209 |

À CHAUDIÈRE

| N° | BOIS | FOUILLE | PRIX |
|------|------|---------|------|
| 1190 | 47 | 33 | 158 |
| 1191 | 57 | 43 | 175 |
| 1192 | 67 | 53 | 192 |
| 1193 | 77 | 63 | 209 |

N° 1190 à 1199. — À chaudière. — Foyers réglementaires
À BOIS ET HOUILLE à gauche ou à droite.
Tirage direct. — Deux modèles se plaçant devant ou derrière.
Deux de tirage avec ciel.

Société Anonyme des Usines de PIED-SELLE, à FEMAY (Ardennes).

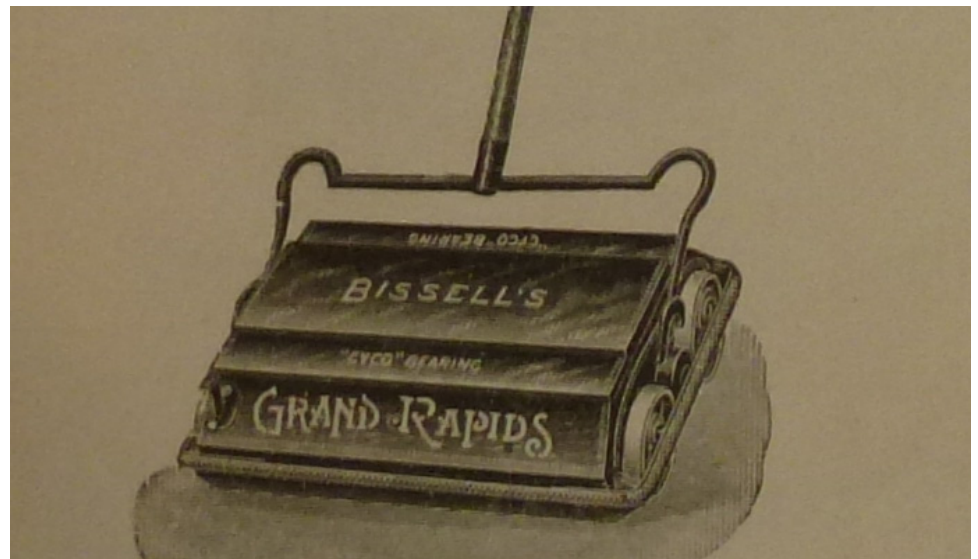
Şekil: 26
1914 tarihli E. Boucher & Cie katalogundan ürün örnekleri, (Musee du Chauffage Ultimeat Bölüm 2: 1900-1939 arası Fransız Üreticileri Katalog Arşivi).

Soba ve fırın ticareti ve tamiri alanında faaliyet gösteren isimler arasında yer alan dönemin büyük hırdavat ve madeni eşya işletmelerinden Maison Antoine Perini Galata'daki mağazasında Fransız mutfak fırınları ve kuzine üreticisi E. Boucher &

Cie'nin ürünlerinin satışını yapmaktadır (Şekil 26).

Yine bu alanda faaliyet gösteren Karl Marowsky, Dresdenli porselen üreticisi Villeroy & Boch'un Türkiye temsilcisidir.

Şekil: 27
Halı Süpürgesi, Baker Ticarethanesi Musavver Katalog, 1909, (SALT Araştırma, Nadir Kitaplar).





Şekil: 28

Dryad marka hasır bahçe mobilyası takımı, Baker Ticarethanesi Musavver Katalog, 1911, (SALT Araştırma, Nadir Kitaplar).

1847 yılında İstanbul'a yerleşen ve 1862 yılında Baker Mağazaları'nın ilkini açan İngiliz tüccar George Baker (Altın, 2016) 1911 yılı itibarıyla Pera'daki üç mağazasında çoğunluğu İngiliz üretimi olan tüketici ürünlerini satışa sunmuştur. Baker Ticarethanesi'ne ait 1909 ve 1911 yıllarına ait iki adet resimli katalog Baker'in İstanbul'a getirdiği ürünlerle ilgili fikir vermektedir (Şekil 27, Şekil 28). Kataloglardaki ürün açıklamalarında "gümüş kaplama İngiliz madeninden", "İngiliz tarzında", "Amerika usulü", "İngiliz marokenli" tanımlamaları sıklıkla kullanılmıştır. Kataloglardaki ürün görselleri, çoğunlukla detaylı çizimlerden oluşmakta, mobilya grubunda ürün fotoğraflarına da yer verilmektedir. Özellikle çizimlerde ilginç olan, ürünlerin en ince detayına kadar resmediyor olmalarının yanı sıra bazılarında üretici damgaları ve markalarının da görülebilmeleridir. Örneğin, her iki katalogta da yer alan Grand Rapids marka, gırgır benzeri bir halı süpürgesi, hem bu süpürgecin mucidi hem de Amerika'daki en büyük üreticisi olan Amerika, Michigan, Grand Rapids merkezli Bissell firmasının ürünüdür.

1911 kataloğunda mobilya kategorisindeki hasır mobilya takımı fotoğrafları dikkat

çekmektedir. 1907'de kurulan İngiliz hasır mobilya üreticisi Dryad'ın salon takımları, bahçe mobilyaları ve şezlongları 1911 itibarıyla Baker Mağazası'nda satılmaktadır. Bu da bize Baker ve muhtemelen Avrupa'dan yeni ürün getiren diğer tüccarların güncel ürünleri ve markaları dikkatle takip ettiklerini göstermektedir.

Sonuç

XIX. yüzyılın son çeyreğinden XX. yüzyılın ilk yıllarına uzanan dönem, 1850 öncesinden başlayarak Osmanlı pazarına akın eden Batı kaynaklı makine, alet, edevat ve tüketici ürünlerinin Osmanlı pazarlarında yaygınlaşarak yarattıkları dalgalanma ve hareketlenmelerin cisimleştiği, pazarda faaliyet gösteren üretici, tüccar ve mağazacıların mesleki pratiklerinde hizalanma ve yeni mesleki yönelimlerin gözlemlendiği bir zaman dilimidir. İstanbul üretim ve ticaret ortamı bu dönemde yerli ve yabancı tüketici ürünlerinin üretim, ticaret, sergileme, pazarlama ve satış faaliyetleriyle dolaşıma girdiği ve İstanbullularla buluştuğu platformlar açısından büyük bir zenginlik sergilemektedir. Kent, bir çok yabancı üretici için Doğu'ya açılan bir kapı, pazarlama ve dağıtım merkezi haline gelmiş, bunda yerli

ve yabancı tüccarların faaliyetleri etkili olmuştur.

“Batılı malların” İstanbul pazarında dolaşıma girme kanallarını ve bu kanallarda aktif üretici, tüccar ve mağazacıların faaliyetlerindeki hareketlenmeleri takip etmemize imkan veren Şart Ticaret Yıllıkları, İstanbul üretim ve ticaret ortamının Eldem’in (1999) önerdiği temas kavramının beraberinde getirdiği mesleki uzlaşma, çatışma ve dolayısıyla dönüşümün örneklerini sunmaktadır. “Batılı mallar” teriminin arkasında gizlediği ürün denizi, üretici-tüccar, mağazacı-müşteri, yayıncı-tüccar, üretici-tüketici, üretici-tüccar-kentsel mekan arasında farklı temas ve etkileşim platformlarının doğuşunu tetiklemiştir. Araştırma kapsamında Şark Ticaret Yıllıkları vasıtasıyla izi sürülen her tekil veri, ürünlerin baş aktörler olarak yarattıkları hareketlenmeleri ve dolayım-ladıkları ilişkileri örneklemekte, çöküşten ziyade uygunlaştırma, kabuk değiştirme ve yeniden örgütlenme senaryolarına uzanmaktadır. Bu ürünlerin görsel ve fiziksel olarak dolaşıma girmesine vesile olan gazeteci, yayıncı, üretici, tüccar, mağazacı İstanbullular ve yabancı meslektaşları ile ürünlerle izleyici veya müşteri olarak karşılaşan İstanbullu tüketiciler, ürünlerin dolayım-ladıkları temasların diğer aktörleri olmuşlardır.

Bu bağlamda Sidney Nowill & Co.’nun İstanbul’daki serüveni, John Nowill & Sons ürünlerinin Sheffield’dan Ekonomik Kooperatif mağazalarına, oradan da İstanbullu tüketiciye uzanmasına imkan tanıyan üretim ve ticaret kanallarının nasıl ilişkilendiğini örneklemekte, Ekonomik Kooperatif Limited Şirketi ticaret ve satış kanallarının kurumsal bağlarla perçinlendiği bir etkileşim alanı teşkil etmektedir. Leon Hazarossian’ın faaliyetindeki dönüşüm bisiklet gibi Batılı bir ürünün pazara girişinin tetiklediği yeni mesleki yönelimleri ve mevcut üretim bilgisinin aktarıldığı yeni kanalları göstermekte, Em. J Mertzanoff ve Demetrius Persides’in mesleki faaliyetlerindeki boyutlanma yabancı tüketici ürünlerinin sadece tüketicinin kişisel ve sosyal hayatında

değil, ürün üretimi, ticareti, pazarlaması ve satışına ilişkin alt-süreçlerde de kayda değer izler bıraktığını göstermektedir. Bu bağlamda Şark Ticaret Yıllıkları’ndaki verilere İstanbul’un genel üretim ve ticaret manzarasında iz bırakan, bu manzarayı dönüştüren, boyutlandıran ve yeniden örgütleyen hareketlenmelerin ilk ipuçları olarak eşit mesafede yaklaşılmalı, makalede sunulan örnekler çoğaltılarak bu hareketlenmeler arasındaki ilişkiler açığa çıkarılmalı, İstanbullu-tüketici ürünleri arasındaki ilişki boyutlandırılmalıdır●

Kaynakça

- Aktar, A. 1998. Şark Ticaret Yıllıkları'nda 'Sarı Sayfalar': İstanbul'da Meslekler ve İktisadi Faaliyetler Hakkında Bazı Gözlemler, 1868-1928. *Toplum ve Bilim* (76): 105-143.
- Altın, E. 2016. Baker Mağazaları: Göstere Göstere Tüketmek [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://manifold.press/baker-magazalari-gostere-gostere-tuketmek> [Erişim tarihi: 08 Nisan 2017].
- Balcı, R. ve Sırma, İ. 2012. *Ticaret ve Ziraat Nezareti Memalik-i Osmaniye'de Osmanlı Anonim Şirketleri*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, Ekonomik ve Sosyal Tarih Yayınları, Yayın No: 2010-64.
- Çelik, Z. 1998. *19. Yüzyılda Osmanlı Başkenti: Değişen İstanbul*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı.
- Eldem, E., Goffman, D. ve Masters, B. 1999. *Doğu ile Batı Arasında Osmanlı Kenti: Halep, İzmir ve İstanbul*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Issawi, C. 1975. Ottoman Empire: Introduction. *The Economic History of the Middle East 1800-1914* der. Issawi, C., 17-22. Chicago: University of Chicago Press.
- Keyder, Ç. 2000. Arka Plan. *İstanbul: Küresel ile Yerel Arasında*, der. Keyder, Ç., 9-38. İstanbul: Metis Yayınları.
- Köksal, G. 2005. *İstanbul'daki Endüstri Mirası İçin Koruma ve Yeniden Kullanım Önerileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı.
- Köse, Y. 2009. Vertical Bazaars of Modernity: Western Department Stores and Their Staff in Istanbul (1889-1921). *IRSH* (54): 91-114.
- Köse, Y. 2011. Pera'dan İstanbul'a Modern Çağın Çarşıları ve Çalışanları. *İstanbul: İmparatorluk Başkentinden Megakente*, der. Köse, Y., 388-402. İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Kütükoğlu, M. 1974. *Osmanlı-İngiliz İktisadi Münasebetleri I: 1580-1838*. Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü.
- Latour, B. 2005. *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network Theory*. Oxford-New York: Oxford University Press.
- Mertzanzoff, Em. J. 1903. Combined Sewing Machine and Time Indicator, United Kingdom Patent: 190308839-A. [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://patent.ipexl.com/GB/190308839-a.html> [Erişim tarihi: 29 Mart 2017].
- Nowill, S. E. P. OBE, 2011. *Constantinople and Istanbul: 72 Years of Life in Turkey*. Leicestershire: Traubador Publishing Ltd. / Matador.
- Ökçün, A.G. 1997. *Osmanlı Sanayii 1913, 1915 Yılları Sanayi İstatistikleri*. Ankara: Sermaye Piyasası Kurulu.
- Öndeş, O. 2013. *Vapur Donatanları ve Acenteleri Tarihi*. İstanbul: İMEAK Deniz Ticaret Odası Yayınları.
- Önsoy, R. 1988. *Tanzimat Dönemi Osmanlı Sanayii ve Sanayileşme Politikası*. Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sarç, Ö. C. 1940. *Tanzimat ve Sanayimiz*. İstanbul: Maarif Matbaası.
- Quataert, D. 1992. *Manufacturing and Technology Transfer In The Ottoman Empire 1800-1914*. İstanbul-Strasbourg: The Isis Press.
- Quataert, D. 2011. *Sanayi Devrimi Çağında Osmanlı İmalat Sektörü*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ürün, H. Ve İlhan K. 2009. Temelinde "Aşk" Olan İcat: Dikiş Makineleri. *El Sanatları* (8): 86-90.

İncelenen Şark Ticaret Yıllıkları:

- L'indicateur Ottoman. Annuaire-Almanach du Commerce de L'industrie, de L'administration et de Magistrate 1881. Constantinople: Cervati Freres & D. Fatzea.
- Indicateur Ottoman Illustre Annuaire-Almanach du Commerce de L'industrie, de L'administration et de Magistrate 1883. Constantinople: Cervati Freres & D. Fatzea.
- Indicateur Oriental Annuaire du Commerce, de la magistrature etc. Turquie, Russie, Grece & Bulgarie 1885. Constantinople: Raphael Cesar Cervati/ Cervati Freres & Cie.
- Indicateur Oriental Annuaire du Commerce, de L'industrie, de L'administration et de Magistrate Turquie, Russie, Grece, Roumanie, Bulgarie 1888. Constantinople: Cervati Freres & Cie.
- Annuaire Oriental du Commerce de L'industrie, de L'administration et de la Magistrate. 1889; 1891; 1892-1893; 1893-1894; 1894; 1895; 1896; 1898. Constantinople Cervati Freres & Cie.
- Annuaire Oriental du Commerce de L'industrie, de L'administration et de la Magistrate. 1900; 1901; 1902; 1903; 1904; 1909. Constantinople: The Annuaire Oriental & Printing Company Limited.
- Annuaire Oriental Commerce, Industrie, Administration, Magistrate de L'Empire Ottoman 1912. Constantinople: The Annuaire Oriental Ltd.
- Annuaire Oriental Commerce, Industrie, Administration, Magistrate de L'Orient. 1913; 1914. Constantinople: The Annuaire Oriental Ltd.

Kataloglar:

- Alif Art, Osmanlı ve Karma Sanat Eserleri Müzayesi Kataloğu, 6 Ekim 2013. Alman Yapımı, Dikiş Makinesi, Lot no: 560. [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://www.alifart.com/pPages/pAlifart.aspx?p-mID=15&lang=TR§ion=4&aucID=770> [Erişim tarihi: 10 Nisan 2017].
- Ekonomik Kooperatif Büyük Bakkaliye ve Levazım-ı Beytiye Mağazası. 1320 (1902). İstanbul: Matbaa-I Ahmed ve Şürekası. SALT Araştırma, Nadir Kitaplar.
- Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations, 1851 / Official Descriptive and Illustrated Catalogue. 1851. London: W. Clowes And Sons, Printers, s. 609-610. [çevrimiçi]. Erişim yeri: <https://archive.org/stream/officialdescrip00goog#page/n6/mode/2up> [Erişim tarihi: 08 Mart 2017].
- Musavver Katalog, Baker Ticarethanesi. 1911. İstanbul: Matbaa-I Ahmet İhsan ve Şürekası. SALT Araştırma, Nadir Kitaplar.
- Usines du Pied-Selles a Fumay: Album-Tarif 1914. Musee du Chauffage Ultimheat Section 2: 1900-1939 Liste de catalogues anciens de constructeurs Français d'electromenager et de chauffage en provenance de la collection privee Ultimheat. [çevrimiçi]. Erişim yeri: [http://www.ultimheat.com/section2-2\(FR\).html](http://www.ultimheat.com/section2-2(FR).html) [Erişim tarihi: 30 Aralık 2016].

Süreli Yayınlar:

- İkdam Gazetesi, 22 Temmuz 1899, No: 1812. Sahibi: Ahmed Cevdet. Dersaadet. İstanbul Üniversitesi, Hakkı Tarık Us Koleksiyonu.
- La Revue Diplomatique: politique, literature, finances, commerce international, directeur-fondateur:

Auguste Meulemans, Paris, 03/04/1898, No:
14 içinde Turquie-Ordre du Medjdie: Leon
Hazarossian, fondeur en bronze, s. 7. [çevrimiçi].
Erişim yeri: <http://gallica.bnf.fr/ark:/12148/bp-t6k5717160r/f7.image.r=hazarossian?rk=64378;0>
[Erişim tarihi: 16 Mart 2017].

Servet-i Fünun JOURNAL ILLUSTRE TURC
PARAISSANT LE JEUDI CONTANTINOPLÉ,
26 Ağustos 1897, No: 337 [çevrimiçi]. Erişim
yeri: <http://gazeteler.ankara.edu.tr/dergi-ler/482/171444/33129.pdf>

[Erişim tarihi: 16 Mart 2017]. DOI: 10.1501/
sfunungzt_0000001413

URL:

URL-1 Sheffield City Archives and Local Studies
Library, Sheffield City Council Internet Sitesi.
[http://www.calmview.eu/SheffieldArchives/
CalmView/Record.aspx?src=CalmView.
Catalog&id=LD192&pos=4](http://www.calmview.eu/SheffieldArchives/CalmView/Record.aspx?src=CalmView.Catalog&id=LD192&pos=4)

Url-2 Museums Sheffield Internet Sitesi.

[http://collections.museums-sheffield.org.uk/view/objects/
asitem/search@/2/title-asc?t:state:flow=cf-
f66c8b-b14f-49eb-ad03-452c8acfed10](http://collections.museums-sheffield.org.uk/view/objects/asitem/search@/2/title-asc?t:state:flow=cf-f66c8b-b14f-49eb-ad03-452c8acfed10)

Url-3 Genealogy from [Glynn Roe's Ancestors and Families
for websited.ged] [http://www.roegenealogy.co.uk/
webtrees/note.php?nid=N1382&ged=My%20
family%20File%20for%20websites.ged](http://www.roegenealogy.co.uk/webtrees/note.php?nid=N1382&ged=My%20family%20File%20for%20websites.ged)

Url-4 [https://auction.bg/Search/?sort=&searchText=Em
.+J.+Mertzanoff-Constantinople+&categoryI
D=&sellerName=®ionName=&endingTo=
&priceFrom=&priceTo=](https://auction.bg/Search/?sort=&searchText=Em.+J.+Mertzanoff-Constantinople+&categoryID=&sellerName=®ionName=&endingTo=&priceFrom=&priceTo=)

Url-5 [http://www.ebay.com/itm/1900s-Germany-Dres-
den-SEIDEL-amp-NAUMA](http://www.ebay.com/itm/1900s-Germany-Dresden-SEIDEL-amp-NAUMA)

NN-Sewing-Machine-Tag-Label-Type-2-/260952858211

NN-Sewing-Machine-Tag-Label-Type-2-/260952858211
[Erişim tarihi: 10 Nisan 2017].