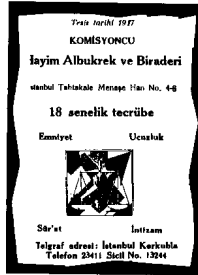


Günlük Yaşam Ajandalar ve Modernizm

Bir zamanlar sadece iş yaşamında gerekli olan ajandalar artık günlük yaşamımıza da girdi. Ticaret hayatında olan herkes işe ilk başladığı günden itibaren geleneksel siyah kaplı ajanda ile muhakkak tanışmış olup günlük kasa, çek ve senet kayıtları için siyah kaplı ajandasını kullanmamış kişi herhalde pek yoktur. Ancak modernizm, elektronikleşen ve küreselleşen yaşam artık siyah kaplı ajandaların da pabucunu dama attı. Doğru, artık kim kara kaplı ve 1940-50' li yılları hatırlatan ajandaları kullanır ki! Artık modernizm ile birlikte "zaman yönetimi" (ithal deyimle "time management") gibi kavramlar da gelişti, bu konuda seminerlerin düzenlenmesi artık olağan ve kanıksanan şeyler haline geldi.⁽¹⁾ Artık kimse siyah kaplı ajandalarını taşımadığı gibi, daha zarif, daha genç ve daha "yuppie" olan ve elde taşınmalarında da özel bir yarar ve zerafet olan "business planner"larını taşımaktadırlar. Artık başta zarif semtlerin zarif mağazalarında olduğu kadar, tüm kırtasiyecilerde de bu "planner"lara rastlamanız mümkündür. Kağıttan nefret ediyor ve günün modernizmine ayak uydurup kağıtsız ofis, (ithal deyimle "paperless office"), yani elektronik iletişim ortamında çalışmak arzunuz, arzunuzdan öteye şiddetli gereksinmeniz ve imajınız için bir "must" ise, o zaman "electronic diary"ler de tavsiye edilebilir. Özellikle hafızlık programlarınızı yazmada ve telefon, adres defteri olarak kullanılmada çok elverişlidirler.



lerde de bu "planner"lara rastlamanız mümkündür. Kağıttan nefret ediyor ve günün modernizmine ayak uydurup kağıtsız ofis, (ithal deyimle "paperless office"), yani elektronik iletişim ortamında çalışmak arzunuz, arzunuzdan öteye şiddetli gereksinmeniz ve imajınız için bir "must" ise, o zaman "electronic diary"ler de tavsiye edilebilir. Özellikle hafızlık programlarınızı yazmada ve telefon, adres defteri olarak kullanılmada çok elverişlidirler.

Tek sorun onu kaybetmemenizdir. Zira kaybederseniz belleksiz bir kimse haline dönüşürsünüz. Bazı tarihçilerin tarih anlatımı söylemlerinde belleksiz

olmak geçerli, ve benimsemiş bir tavır olsa da bireyin iş ve özel yaşamında belleksiz yaşaması pek mümkün değildir.

Tüm bunları niye yazıyorum?

Bunların yazmamın tek nedeni bir süre önce dostum şahaf Halil Bingöl'ün bana bulup ayırdığı "Tesis Tarihi 1917 Komisyoncu Hayim Albukrek ve Biraderi 1935" tarihli ajanda elime geçtiğindedir. Bu şirketin halen şu veya bu şekilde faaliyetlerini sürdürüp sürdürmediği konusunu pek araştırmadım, benim özellikle ilgimi çeken bir dönemin esnaf ve ticaret erbabının iş anlayışı ve kuralları idi. Ajandanın ilk sayfelerinden anlaşıldığı kadar HAYİM ALBUKREK şirketi Anadolu tüccarları ve esnafı için, onların nam ve hesaplarına bir alış/satış acentalığı yapmaktaydı (günlük ticari terminolojisi ile "buying/selling agent"). Zira alınan ve satılan mallardan komisyon almaktaydı. Şirketin kuruluşu 1917 olup, 1935 tarihli ajandada "komisyonculuk mesleğinde on sekizinci yıldönümüne

başmış oluyoruz" denilmektedir. Şirketin ilk faaliyet alanı hırdavat ve attariye olup daha sonra müşterilerine "siz bize tuhafiyeyi bakkaliyeyi öğrettiniz" demesinden bu alanlara da girdikleri anlaşılmalıdır. Şubat 1934 yılında ise manifatura, kavafiye üzerine de siparişler kabul etmektedir. Şirket Anadolu'dan aldığı bağırsak ve derileri de müşterileri hesabına komisyon esasıyla İstanbul'da satılmaktaydı. "Esasen Ankaralı" olduğu belirtilen şirketin ajandasında müşterilerine hitaben çok ilginç nasihatler bulunmaktadır. Örneğin:

PEŞİN PARA

Peşin para ile mal alan esnaf daima kârlıdır, çünkü:

1. Peşin para ile mal aldığı için aldığı mallar, en ucuz mallardır.

2. Piyasayı daima kolladığı için, dükkanı en taze ve en iyi çeşitlerle doludur.

3. Borcu olmadığı için daima rahat ve her vakit kaygusuzdur.

Daha sonra "NE YAPMALI? bölümü altında şu tavsiyelerle bulunmaktadır.

1. Veresiye mal almayınız, tapon malları dükkanınıza doldurmaktan sakınınız!

2. Borçlu olmaktan çekininiz!...

"Müşteri velinimetimizdir" düsturunun günümüzde artık "müşteri memnuni-

yeti"(ithal deyimle "customer satisfaction") diye ifade edildiği bir ortamda şu sözler size çok içten ve samimi gelecektir:

Bütün muhterem dostlarımıza:

1935 senesi münasebetile komisyonculuk mesleğinde on sekizinci yıl dönümüne basmış bulunuyoruz.

Evvela size bütün kalbimizle teşekkür ederiz. Çünkü terakkimizi sırf size borçluyuz.

Daha sonra aynı teşekkür bir daha tekrarlanır:

Size bütün kalbimizle tekrar teşekkür eder ve yeni senenin hepimiz için hayırlı olmasını dileriz."

Bu teşekkür ve temennilerin yer aldığı ajandanın sıcaklığı ve içtenliğini artık hiç bir "electronic diary", Siyah Kaplı ajandalar veya "weekly planner"lar vermemektedir. Bu da bir yerde modernizm, kentleşme ve daha sonra metropolleş-

me sürecinde bireylerin birbirlerine yabancılaşmaları, iş yaptıkları şirketlerle daha önce kişisel düzeyde olan ilişkilerin daha profesyonelleşmenin sonucunda kişisellikten çok uzaklaşıp Amerikan tarzı bir profesyonel iş anlayışına yerini bırakmasının işaretleridir.

Halil Bingöl dostum sayesinde nereden nereye geldik. Evet eski bir ajanda, 1917 yılında işe başlamış bir ticarethane. Bugün belki var, belki yok, Şayet bu ticarethane varsa, veya çocukları, torunları bu yazıyı okuyorlarsa, bir "arşivist"ten onlara sıcak bir merhaba!

DİPNOT

(1) Bu konuda en bilinen isim Time Management International, kısaca TMI'dir ve onun ünlü ajandaları, afedersiniz yeni deyimle "planner"ları yani planlayıcılarını herhalde duymuşsunuzdur!