



Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anasanat Dalı

GELENEKSEL TÜRK KAHVESİ İÇ MEKANLARININ ÇAĞDAŞ YORUMU

Nur Ayalp

Sanatta Yeterlik

Ankara, 2008

GELENEKSEL TÜRK KAHVESİ İÇ
MEKANLARININ ÇAĞDAŞ YORUMU

Nur Ayalp

2008

GELENEKSEL TÜRK KAHVESİ İÇ MEKANLARININ ÇAĞDAŞ YORUMU

Nur Ayalp

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anasanat Dalı

Sanatta Yeterlik Tezi

Ankara, 2008

KABUL VE ONAY

Nur Ayalp tarafından hazırlanan "Geleneksel Türk Kahvesi İç Mekanlarının Çağdaş Yorumu" başlıklı bu çalışma, 09.01.2008 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Sanatta Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. A. Müge Bozdayı (Başkan)



Doç. Hakan Ertek (Danışman)



Doç. Dr. Meltem Yılmaz



Yrd. Doç. Mesut Çelik



Yrd. Doç. Dr. G. Ufuk Demirbaş

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. İrfan Çakın

Enstitü Müdürü

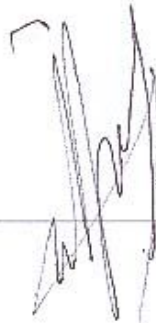
BİLDİRİM

Hazırladığım tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kağıt ve elektronik kopyalarının Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

- ☒ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- ☐ Tezim/Raporum sadece Hacettepe Üniversitesi yerleşkelerinden erişime açılabilir.
- ☐ Tezimin/Raporumun yıl süreyle erişime açılmasını istemiyorum. Bu sürenin sonunda uzatma için başvuruda bulunmadığım takdirde, tezimin/raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

09. 01. 2008

Nur Ayalp



TEŞEKKÜR

Bu tez çalışması bir çok insanın katlıları ile gerçekleşmiştir. Öncelikle çalışmalarına değerli katkılarından dolayı tez danışmanım İç Mimarlık Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Hakan Ertek' e , en az danışmanım kadar bana yol gösteren ve değerleri bilgilerini benimle paylaşan İç Mimarlık Bölümü Başkanı Prof. Müge Bozdayı' ya ve de tez çalışmamın konu başlılığının oluşmasındaki katkılarından dolayı Prof. Dr. Ayhan A. Aydınöz'e teşekkür ederim.

Tez jürimde yer alan, Doç Dr. Meltem Yılmaz'a, Yrd. Doç. Mesut Çelik'e ve değerli çalışma arkadaşım Çankaya Üniversitesi, İç Mimarlık Bölümü Başkan yardımcısı Yrd. Doç. Ufuk Demirbaş'a tezimin son halini alması esnasında verdikleri değerli önerilerinden dolayı teşekkür ederim.

Ayrıca Çankaya Üniversitesi İç Mimarlık Bölümünde görev alan bütün çalışma arkadaşlarıma tez çalışmalarım esnasında gösterdikleri anlayış ve destekten dolayı sonsuz teşekkürlerimi bir borç bilirim. Özellikle aynı ofisi paylaştığım değerli dostum Zeynep Başoğlu Momeux'a tez çalışmalarımda bana gösterdiği yoğun destekten dolayı çok teşekkür ederim.

Son olarak, tez çalışmalarımın her aşamasında bana gösterdikleri anlayıştan dolayı aileme, özellikle oğlum Alp' e gözlerindeki ışıkla ve varlığı ile bana verdiği yaşama ve çalışma sevkine teşekkür ederim.

ÖZET

AYALP, Nur. Çağdaş Türk Kahvehanesi İmaj Oluşumuna Öneriler, Sanatta Yeterlik Tezi , Ankara 2008

Tez çalışması Türk kahvehanesi, çağdaş yorumunun, tasarlanma sürecine önerilerde bulunmaktadır. Bu önerilerin biçimlenmesine temel hazırlayan teorik çalışma ilk olarak kahvehane kültürünü tarihsel bir süreklilik içerisinde incelemiştir. Bu incelemeler sonunda kahvehane Türk kültürünün özgün bir ögesi olarak kabul edilmiştir. Kahvehaneler ve kullanıcıları arasında oluşan etkileşim ise kültürel bağlamda değerlendirilmiştir. Kahvehane ve kullanıcı arasında oluşan etkileşimde yer, yer kimliği, yere bağlılık kavramları ile irdelenmiştir. İmaj oluşum süreci ise algı, biliş, bilişsel şemalar ve sonunda oluşan anlamlar ve kodlar aracılığı ile aktarılmıştır. Daha sonra Türk kahvehanesi iç mekan biçimlenmesi kapsamlı bir düzeyde analiz edilmiştir. Bu analizin sonucunda ortaya çıkan tekrarlı iç mekan elemanları tipik unsurlar olarak tanımlanmıştır. Bu tipik unsurlar bağlamında Türk kahvehanesi Paris kahvehanesi ve Viyana kahvehanesi arasında karşılaştırmalı bir analiz çalışması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda bu analizlerden de faydalanılarak Türk kahvehanesi iç mekan çağdaş imajının oluşabilmesine aracı öneriler ortaya konmuştur.

Anahtar Sözcükler: Türk kahvehanesi, kültür, Türk kahvehanesi iç mekan biçimlenmesi, Türk kahvehanesi tipik özellikleri, imaj

ABSTRACT

AYALP, Nur. Developing the Design Criteria for Generating Contemporary Image of Traditional Turkish Coffehouses, Ph. Dissertation, Ankara 2008.

The aim of this study is to develop the design criteria necessary for generating the contemporary image of traditional Turkish coffehouses. In order to be able to develop these criteria, first of all, the historical background of Turkish coffehouses has been researched. The result of this research has allowed the thesis to state that the Turkish coffehouses can be considered as a cultural entity and that the relation between the users and the coffehouses structured in this context. The relations between users and the interior space of coffehouses have been discussed by the concepts of place, place identity, and place attachment. In addition, the concept of image has been defined. In order to be able to define the concept of image perception, cognition, cognitive schemata and architectural meaning notions have been researched. In the following stage, the characteristics of the interior space of Turkish coffehouses were analyzed, which led to the definition of the typical spatial elements of the Turkish coffehouses. Regarding these typical spatial elements, a comparative study has been developed among the Turkish coffehouses, the Paris coffehouses and the Vienna coffehouses. At the end of the thesis, necessary design criteria for generating the contemporary image of the traditional Turkish coffehouses have been presented.

Keywords: Turkish coffehouses, culture, the design of a Turkish coffehouses, typical elements in Turkish coffehouses, image

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
TEŞEKKÜRLER	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	vi
RESİMLER DİZİNİ	ix
TABLolar DİZİNİ	xii
ŞEKİLLER DİZİNİ	xiii
1. GİRİŞ	1
1.1 ÇALIŞMANIN AMACI	2
2. TÜRK KAHVE KÜLTÜRÜNE TARİHSEL BAKIŞ	4
2.1 KAHVENİN TARİHİ	4
2.2 OSMANLIDA KAHVENİN YERİ	7
2.2.1. Osmanlıda Kahvehaneler	16
3. TÜRK KAHVEHANELERİNİN ÇEVRESEL PSİKOLOJİ DİSİPLİNİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ	27
3.1. KÜLTÜR	27
3.1.2. KÜLTÜR VE MEKAN ETKİLEŞİMİ	30
3.2. İNSAN VE ÇEVRE ETKİLEŞİMİ.....	42
3.2.1. İNSAN VE ÇEVRE ETKİLEŞİMİ ÜZERİNE YAPILAN TEORİK ÇALIŞMALAR	44
3.3 MİMARLIKTA YER VE YER KİMLİĞİ KAVRAMI	47
3.4. YERE BAĞLILIK KAVRAMI	48
4. İÇ MEKANDA İMAJ OLUŞUMU	50
4.1. MEKAN ALGISI.....	50
4.2. ÇEVRESEL BİLİŞ VE BİLİŞSEL ŞEMALAR	54
4.3. İMAJ	59
4.4. ANLAM VE KOD	62
5. KAHVEHANE MEKANLARININ KÜLTÜREL VE SOSYAL DEĞİŞİMLER PARALELİNDE BİÇİMLENMESİ	68

5.1. OSMANLI DÖNEMİNDEKİ KAHVEHANELERİN İÇ MEKAN BİÇİMLENMESİ	68
5.2. CUMHURİYETİN KURULMASI VE İLK DÖNEMDEKİ KAHVEHANELERİN İÇ MEKAN BİÇİMLENMESİ.....	89
5.3. GÜNÜMÜZDEKİ KAHVEHANELERİN İÇ MEKAN BİÇİMLENMESİ..	100
6. TÜRK KAHVEHANESİ İÇ MEKAN İMAJI	112
6.1. KAHVEHANE İMAJ OLUŞTURAN TİPİK ÖZELLİKLER	112
6.1.1. Ortak Hacim Kullanımı	112
6.1.2. İç ve Dış Mekan İlişkisi	114
6.1.3. Donatılar	115
6.1.3.1. Ocak	115
6.1.3.2. Oturma Üniteleri	117
6.1.3.3. Haberleşme Unsurlarının Kullanımı	119
6.2. YURT DIŞINDA OLUŞMUŞ İMAJLARA ÖRNEKLER	121
6.2.1. Viyana Kahvehaneleri	121
6.2.2. Paris Kahvehaneleri	125
6.3. KAHVEHANELER ARASI KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ	129
6.3.1. İç Mekân Tasarımında Hacme Dair Biçimlenme Özellikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz	129
6.3.2. İç Mekân Tasarımında Donatılara Dair Biçimlenme Özellikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz	130
6.3.3. Mekân Tasarımında İç Ve Dış Mekân İlişkisine Dair Biçimlenme Özellikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz	131
6.3.4. Kahvehaneler Arası Karşılaştırmalı Analize Bütün Özellikler Kapsamında Genel Değerlendirme	132
7. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME	136
7.1. ÇAĞDAŞ TÜRK KAHVEHANESİ İÇ MEKÂN İMAJININ OLUŞUMUNA ÖNERİLER	136
7.1.1. Var Olan İmajın Kullanımı Üzerine Değerlendirmeler	136
7.1.2. Çağdaş Türk Kahvehanesi İmaj Biçimlenmesine Sosyo-Kültürel Bağlamda Aracı Olacak Öneriler	139

7.1.3. Çağdaş Türk Kahvehanesi İmaj Biçimlenmesine Mimari Biçimlenme Bağlamında Aracı Olacak Öneriler	143
7. 2. GENEL DEĞERLENDİRME	148
8. KAYNAKÇA	156

RESİMLER DİZİNİ

Resim 1. Kahve Tohumu.....	4
Resim 2. Kahve Tohumu ve Fincanı	5
Resim 3. Osmanlı Sarayında Kahve Sunumu Tasviri	9
Resim 4. Osmanlı'da Kahve Servisinin Tasviri1	10
Resim 5. Osmanlı'da Kahve Servisi 2	10
Resim 6. Kahve Dövme İşleminin Tasviri	11
Resim 7 a/b. Kahve Yapımında ve İçiminde Kullanılan Aletler	12
Resim8 a/b. Dekoratif Kahve Fincanları	14
Resim 8. Osmanlı Döneminden Bir Kahvehane İç Mekan Tasviri.....	17
Resim 9. Osmanlı Sarayında Kahve İçimini Tasvir Eden Bir Eser	18
Resim 10. Osmanlı Döneminden Bir Kahvehane İç Mekan Görüntüsü	19
Resim 11. Osmanlı Dönemi Kahvehane İç Mekanında Sedirli Oturma Düzeninden Bir Görüntü	20
Resim 12. Osmanlı Döneminde Liman Kahvehanesi	24
Resim 13. Osmanlı Döneminde Meddah Kahvehanesi	25
Resim 14 a/b. Osmanlı Döneminde Seyyar Kahveci	25
Resim 15. 18.Yüzyılda Osmanlı Kahvehanesi 3	69
Resim 16. Tophane'de Bir Kahvehane	69
Resim 17. Boğaziçinde bir Konak Oturma Salonundan Görüntü	70
Resim 18. İstanbul'da Bir Konak İç Mekan Görüntüsü.....	70
Resim 19 a/b. Kahvehaneden Baş Sedir Görüntüsü	71
Resim 20.a/b/c. Osmanlı Kahvehaneleri Dış Mekan Görüntüsü	73
Resim 21. Nehir Kenarında Dış Mekana Taşmış Bir Kahvehane	74
Resim 22. Pier Loti Kahvehanesi Dış Mekan Görüntüsü	74
Resim 23. Kahvehane Dış Mekanında Havuz Unsuru	75
Resim 24. “Zanaatçılar Alayında Kahveciler Arabası”	75
Resim 25. Kahvehane İç Mekanı Pencere Açıklıklarından bir Görüntü	76
Resim 26.a/b/c. Kahvehane Kolon Giriş Süslemeleri 1	77
Resim 27a/b. Kahvehane Kolon Giriş Süslemeleri 2	78
Resim 28 a/b/c/d. Farklı Kahvehanelerden Ocak Görüntüleri.....	79
Resim 29 a/b. Sedirli Oturma düzenine Örnekler	81
Resim 30 a/b/c. Kahvehane İç Mekanından Havuz Görüntüleri	82
Resim 31 a/b. Kahvehane İç Mekan Aydınlatması	83
Resim 32. Osmanlı Döneminde Meddah Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü	84

Resim 33 a/b. Mahalli Kahvehanelerden Görüntüler	85
Resim 34 a/b/c. Mahalli Kahvehanede Dış Mekan Kullanımı 2	86
Resim 35 a/b. Mahalli Kahvehane Ocak Görüntüleri	87
Resim 36 a/b. Kahvehane İç Mekanında Depolama Üniteleri	87
Resim 37. Mahalle Kahvehanesi Sedirli Oturma	88
Resim 38. Yüzyılın Başında Kahvehane Dış Mekanı.....	90
Resim 39 a/b. Beyoğlu'nda Eğlence Mekanları	90
Resim 40.a/b/c Beyoğlu'nda Markiz Pastanesi İç Mekan Görüntüleri	91
Resim 41 a/b/c. Şark Kahvehanesi Dış Mekan Görüntüleri	96
Resim 42. Catennacci Tarafından Resmedilen Amcazade Köprülü Hüseyin Paşa Yalısının Divanhanesi	97
Resim 43. Sedat Hakkı Eldem Tarafından Resmedilen Amcazade Köprülü Hüseyin Paşa Yalısının Divanhanesi	97
Resim 44 a/b. Taşlık Kahvehanesi İç Mekan Perspektif Çizimleri	98
Resim 45. Taşlık Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü	101
Resim 46. Günümüzden Mahalli Kahvehane İç Mekan Görüntüleri	103
Resim 47. Günümüzden Mahalli Kahvehane İç Mekan Görüntüleri 1	104
Resim 48 a/b/c . Günümüzden Mahalli Kahvehane İç Mekan Görüntüleri 1	105
Resim 49 a/b. Günümüzden Kahvehane Dış Mekan Görüntüleri	105
Resim 50 a/b. Günümüzde Kahvehane Dış Mekan Oturma Elemanlarına Örnekler	106
Resim 51 a.b. Günümüzde Kahvehane Sedirli Oturma Elemanlarına Örnekler...	106
Resim 52 . Kahvehaneden Ocak Görüntüsü	106
Resim 53. Sivas'da Bir Kahvehane Ocağı	108
Resim 54 a/b. Safranbolu'da Bir Kahvehane İç Mekan Görüntüleri	109
Resim 55. Topkapı Palas Otelinde Yer Alan Kahvehane İç Mekan Görüntüsü ...	110
Resim 56. a/b. Ramazan Ayı Etkinlikleri Kapsamında Ankamall Alışveriş Merkezinde Yer Alan Kahvehaneden Görüntüler	110
Resim 57. Gaziantep'te Bir Kahvehanenin İç Mekan Görüntüsü	111
Resim 58. Kaman Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü Cebeci, Ankara	113
Resim 59. Doğan Kent Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü Abeydinpaşa, Ankara.....	113
Resim 60. Bir Kahvehaneden Dış Mekan Görüntüsü	114
Resim 61. Asos'da Kahvehane Dış Mekan Görüntüsü	115
Resim 62. İzmir Kemeraltın'da Bir Kahvehane Dış Mekan Görüntüsü	115

Resim 63. Ayvalık'ta Bir Kahvehane Dış Mekan Görüntüsü	116
Resim 64. Erciyes Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Hamamönü ,Ankara.....	116
Resim 65. Kaman Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Cebeci , Ankara...	117
Resim 66. Meneviş Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Ayrancı , Ankara	
Resim 67. Mısır Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Kızılay , Ankara	117
Resim 68. Asma Altı Kahvehanesi Dış Mekanda Oturma Ünitelerinden Görüntü Kızılay , Ankara	118
Resim 69. Dış Mekanda Sedirli Oturma Ünitelerinden Görüntü Çeşme , İzmir..	119
Resim 70. Hasır Tabure Ünitelerinden Görüntü Ankamall Alışveriş Merkezi ,Ankara.....	119
Resim 71. Erenler Kiraathanesi Televizyon Ünitesinden Görüntü Dışkapı , Ankara	
Resim 72. Çınar Kahvehanesi Dış Mekanda Televizyon Ünitelerinden Görüntü Ayrancı , Ankara	120
Resim 73.a/b Cafe Wien İç Mekan Görüntüleri	122
Resim 74 a/b. Cafe Procope İç Mekan Görüntüleri	123
Resim 75.a/b Cafe Central İç Mekan Görüntüsü	124
Resim 76. Cafe Central Peter Altenberg	124
Resim 77. Cafe Central Peter Altenberg'nin Heykeli.....	127
Resim 78. Les Deux Magots Dış Mekan Görüntüsü 1	127
Resim 79. Les Deux Magots Dış Mekan Görüntüsü 2	128
Resim 80. Flore Kahvesinden Farklı tarihlerde Çekilmiş Dış Mekan Görüntüleri.	128

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1. Çeşitli Kültür Kavramları ve Anlamları	29
Tablo 2. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri Hacimsel Biçimlendirme Bağlamında Karşılaştırma Tablosu	130
Tablo 3. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri Donatılar Bağlamında Karşılaştırma Tablosu	131
Tablo 4. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri İç ve Dış Mekân İlişkisi Bağlamında Karşılaştırma Tablosu	132
Tablo 5. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri Karşılaştırma Tablosu....	134

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Çevrenin Birleşenleri	31
Şekil 2. Motilone Bohio'su	33
Şekil 3. Önerilen Yeni Evler	33
Şekil 4. Kültürün Parçalara Ayrılması	36
Şekil 5. Kültürün İfadesinin İki Ayrı Parçaya Ayrılma İşleminin Temsili	37
Şekil 6. İnsan Çevre Etkileşim Modeli	38
Şekil 7. Maslow'un Gereksinim Piramidi	39
Şekil 8. İnsana Bağlı Varoluşsal Çevre Düzeni	42
Şekil 9. Rapoport'un Filtre Modeli	53
Şekil 10. Zihinsel Şema Oluşum Süreci	57
Şekil 11. Gibson'a Göre İnsan Davranışlarında Şemaların Yeri	58
Şekil 12 . Mekansal İmajın Oluşum Aşamaları	61
Şekil 13. Kahvehane İç Mekan Plan Şemaları	72
Şekil 14. Kültürel Değerlerin Korunması İçin Etken Faktörler (Paris ve Viyana Kahvehane Örneği).	135
Şekil 15. Kültürel Değerleri Korunması İçin Etken Faktörler (Türk Kahvehanesi Örneği).	135
Şekil 16. Çalışma Şeması.....	141
Şekil 17. Çağdaş Kahvehane İmaj Oluşumu.....	147

1.GİRİŞ

Kahve, ilk bulunduğu dönemlerden bu yana, birçok kültürde yaygın olarak içilen bir içecek olmuştur. Osmanlı topraklarında ilk 16. yüzyılda Mısırdan geldiği rivayet edilen kahve içeceği günümüze kadar kullanırlılığını korumuştur. İlk olarak sarayda içilen bu içecek hızla halk arasında da kullanılmaya başlanmıştır. Bu süre içerisinde de kendine özgün bir kültür oluşturmuştur.

Osmanlı döneminde hem içimi, hem de sunumu ile kendine yeni biçimler oluşturan bu içecek, bir süre sonra evlerin dışında da içilmeye başlanmıştır. Kahvehaneler halkın kahve içerken sosyalleştikleri en önemli mekânlardan biri olmuştur. Türk kültürünün özgün biçimlerini barındıran bu mekânlar zamanla en sık ve yaygın kullanımı olan iç mekânlara dönüşmüşlerdir. Halkın sosyal iletişimini kurduğu, dolayısı ile haberleştiği kahvehaneler, kimi zaman bir iş bulma kurumu gibi çalışmış, kimi zaman aynı ilgi alanlarına sahip insanların birleştiği, kimi zaman da aynı meslekten insanların bir araya geldiği yerler olmuştur. Kahvehaneler Türk toplumunun ilk kulüpleri olarak görev yapmışlardır.

Tarihte yerini almış bir çok sanatçı müdavimi oldukları kahvehaneleri ile anılmıştır. Şairlerin şiir yazdığı, yazarları romanlarını oluşturduğu yerlerdir. Kurtuluş savaşında silah depolamak için dahi kullanıldığı olmuştur. Kahvehaneler siyasi bir çok oluşumda da etkin görev almıştır. Kahvehane Türk kültürünün biçimlenmesinde etkin rolü olan bir iç mekandır. Tez kapsamında bu iç mekanın oluşumu ve değişimleri detaylı bir biçimde araştırılacaktır.

Kahvehane iç mekânlarının biçimlenmesinde dönemin konuk odası anlayışının yansımaları görülmektedir. Bu mekânlar, genellikle ortası havuzlu büyük bir orta alanın etrafına çevrelenmiş, sedirli oturmaların bulunduğu merkezci bir mekân anlayışının sergilendiği yerlerdir. Bütüncül bir hacim biçimlenmesi ile hem ocak, hem oturma alanları, hem de giriş alanı aynı mekânın içinde kurgulanmıştır. Ayrıca yoğun dekoratif unsurların kullanıldığı bu iç mekânlar dönemin gösterişli mekânları olarak nitelendirilmiştir.

Günümüzde kahvehaneler çoğunlukla sadece mahalli ölçekte hizmet veren bakımsız, köhne iç mekânlara dönüşmüşlerdir. Zamanla yaygın kullanımları da yok

olmuştur. Kullanıldığı ilk dönemlerde devletin üst düzeyli görevlilerin, yüksek rütbeli askerlerin, sanatçıların ağırlandığı kahvehaneler günümüzde sıklıkla işsiz ve emekli insanların kullandığı yerlerdir. Cumhuriyetin kurulduğu dönemlerde batılılaşma hareketlerine uyum sağlayamayan kahvehaneler yerlerini batıdan gelen örneklerine bırakmıştır. Pastaneler, kafeler, oyun salonları, internet kafeler, gibi yeni ithal edilen birçok farklı mekân halkın yaygın olarak kullandığı sosyal alanlar olmuştur.

Tez kapsamında kahvehanelerin kullanımında oluşan bu değişim tarihsel süreklilik içerisinde irdelenecektir. Çağdaş yaşam koşullarının sebep olduğu değişimlerin kahvehaneler üzerindeki etkileri araştırılacaktır. Yeni bir imaj oluşumu için gerekli koşullar üzerinde değerlendirmeler yapılacaktır. Bu önerilerin yapılması için oluşturulacak teorik taban aşağıdaki bölümde sırası ile aktarılacaktır.

1.1. ÇALIŞMANIN AMACI

Tez çalışmasının amacı kahvehane iç mekânlarının kültürel bir değer olarak kabul görmesi ve çağdaş bir iç mekân imajına ulaşması için yapılması gerekenler üzerine önerilerin oluşturulmasıdır. Kahvehanelerin kullanımlarının yaygınlaşması önerilerin biçimlenmesinde etken rol üstlenecektir.

Tezin ilk bölümünde kahvenin tarihi ve Osmanlı döneminde kahvenin yeri aktarıldıktan sonra Osmanlı dönemindeki kahvehanelerin tarihi irdelenecektir. Bu bölümde amaç kahve ve kahvehane kültürüne genel bir bakış açısının oluşmasını sağlamaktır.

Tezin bundan sonraki bölümünde ise kültür ve iç mekân arasında oluşabilecek ilişkiler üzerine yapılmış teorik çalışmalara yer verilecektir. Bu bağlamda insan ve mekân arasında oluşan etkileşim Çevre Psikolojisi alanın kavramlarından faydalanarak değerlendirilecektir. Yer kavramı, yer kimliği kavramı ve yere bağlılık kavramı literatürden alınan bilgiler aracılığı ile aktarılacaktır.

Kahvehanelerin imaj oluşumu üzerine değerlendirilmelerin yapılmasına temel oluşturulan bir diğer bölümde ise mekân imajının oluşumu üzerine yapılmış teorik çalışmalara yer verilecektir. Bu bağlamda ilk olarak mekân algılama süreci ile ilgili

yapılan araştırmalara aktarılacaktır. Algılama sürecinden sonra oluşan biliş ve bilişsel şemaların yapıları ve biçimlenmeleri üzerine teorik çalışmalar irdelenecektir. Daha sonra imaj oluşumunun irdelendiği bu bölümde anlam ve kod kavramları da tanımlanacaktır. Kısacası bu bölüm mekan algısı, imajın oluşumu ve de bu imajların içerdiği anlamların sunumunu da kapsayan teorik bilgileri aktarmayı amaçlayacaktır.

Bir sonraki bölümde ise kahvehanelerin Türk kültürüne gelişinden günümüze kadar geçirdiği aşamalar iç mekan biçimlenmesi bakımından değerlendirilecektir. Kahvehane iç mekan tasarımına tarihsel bir süreklilik içerisinde bakılacaktır. Bu bölüm üç ayrı zaman periyoduna ayrılmıştır. İlk bölümde Osmanlı döneminde kahvehane iç mekan biçimlenmesi aktarılacaktır. İkinci bölümde Cumhuriyetin ilk zamanlarına ait iç mekan biçimlenmeleri sunulacak; üçüncü bölümde ise günümüzde var olan kahvehane iç mekan tasarımları irdelenecektir.

Kahvehane iç mekan tarihçesinin aktarılmasından sonra bu iç mekanlarda tekrar eden tipik özellikler ortaya konacaktır. Ayrıca bu tipik özelliklerin imaj oluşumundaki önemi tartışılacaktır. Yurt dışında oluşmuş olan tipik imajlar da değerlendirilecektir. Bu imajla üzerinden karşılaştırılmalı bir analiz yapılacaktır. Böylelikle oluşturulmak istenen çağdaş kahvehane iç mekan imajına ulaşmak için var olan örnekler değerlendirilmiş olacaktır.

Çağdaş kahvehane iç mekan imajının biçimlenmesi için oluşması gereken koşulların tartışıldığı bölümde ise tez detaylı öneriler sunacaktır. Bu bölüm yapılan bütün teorik çalışmalardan alınan bilgiler doğrultusunda oluşacaktır. Günümüzde kahvehane iç mekanlarının birer değer olarak kabul görmesi ve kullanılabilirliğin artması önerilerin temelinde yatan hedeftir. Ortaya konan tipik özellikler iç mekan tasarımında temel alınması gereken biçimler olarak tanımlanacaktır.

Bütün bu çalışmanın özünde, kahvehane iç mekanın özgün bir kültürel değer olduğu düşüncesi vardır. Bu özgün kültürel iç mekan değerinin korunması ise bir hedeftir. Bu hedef doğrultusunda yapılması gerekenler ise tezin ortaya koyacağı ana fikirdir.

2.TÜRK KAHVE KÜLTÜRÜNE TARİHSEL BAKIŞ

2.1. KAHVENİN TARİHİ

Kahve, *Rubiaceae* ailesinin *Coffea* cinsinden tropik bir çalı türünün meyvesinin çekirdeğidir. Ağacın normal boyu 8 -10 metreyi bulabilse de, üretim teknikleri nedeni ile genellikle 2-3 metreye kadar büyümesine izin verilmektedir. Yaprakları sürekli yeşildir. Yetiştirilmesi için tropikal bölge, volkanik zemin, orta derece nem gibi bir takım özellikler gerekmektedir (<http://kahve.gen.tr>, 2006). Bundan dolayıdır ki, kahve bitkisi Afrika, Asya ve Amerika kıtalarının orta bölümlerinde yetiştirilmektedir (Gürsoy, 2005). 1,5 santimetre büyüklüğünde olan kahvenin meyvesi yuvarlak ve başlangıçta yeşil renklidir. Olgunlaştıkça rengi kırmızıya dönüşür ve kahve yapımında kullanılan halini alır. Kahve bu meyvenin kalın kabuğunun altında bulunan tohumlarının kavrukları dövdükten sonra suda kaynatılmasıyla yapılmaktadır.



Resim 1. Kahve Tohumu (Gürsoy, 2005).



Resim 2. Kahve Tohumu ve fincanı (<http://kahve.gen.tr>,2006)

Dünyanın her yerinde yaygın olarak içilen kahvenin tarihçesi üzerine yazılmış birçok farklı kaynak bulunmaktadır. Kahve kelimesinin, ürünün ilk zamanlar en yaygın olarak üretildiği Güneybatı Etiyopya'nın Kaffa şehrinin isminden dönüştürülerek türetilmiş olabileceği düşünülmektedir. Bu konuda var olan başka bir görüşe göreyse kelime, uyarıcı ve zevk verici özelliğinden yola çıkılarak, Arapçada şarap sözcüğünün zamanla kahveye dönüşmesi üzerinedir (Gürsoy, 2005). Ayrıca tarihte kahve, çekirdek anlamına gelen *bun*, *buna*, *ban* ve *bunç* gibi farklı sözcüklerle de anıla gelmiştir (Heise, 1996).

Kahvenin bulunması ile ilgili birçok farklı efsane bulunmaktadır. Salah Birsal (1975), kahve ve kahvehaneler üzerine yazdığı kitabında, tarihçi Ahmet Efendi'ye dayanarak kahvenin bir tarikat dervişi tarafından Moka'da 1258 yılında bulunduğunu iletmektedir.

Ahmet Efendi'ye göre, tekkesinden kovulan bir derviş çölde aç susuz kalınca etrafında gördüğü çalılık benzeri bitkinin meyvelerini kaynatıp içer ve üç gün boyunca sadece bu içeceği tüketerek hayatta kalır. Dervişi aramaya çıkan arkadaşları, kendisini sağlıklı bir halde bulunca hayrete düşerek kendilerinde bulunan uyuz hastalığını da geçireceği inancı ile bu içecekten içer. Sekiz gün boyunca bu içeceği içen dervişler hastalıkları geçince şifanın bu bitkiden kaynaklandığını düşünür. Dervişler aracılığı ile bu içecek Moka'da yayılır ve hızlı bir şekilde kullanılmaya başlanır (Birsal, 1975).

Bir başka efsaneye göre Etiyopyalı çoban Kaldi, keçilerinin çalılık görünümlü bitkinin meyvelerinden yedikten sonra çok canlı bir hal aldıklarını, hatta geceleri bile daha az uyuduklarını fark etmiş. Bu bitkinin yemişlerinden yiyen Kaldi de aynı dinçliği hissetmiş. Kaldi'nin bu bitki ile ilgili tecrübesini insanlarla paylaşması üzerine kahve kullanımının yaygınlaştığı söylenmektedir (Birsel, 1975).

Daha da eskilere dayanan efsanelere göre, Hz. Muhammed'in hastalanması üzerine Cebrail'in peygamberi kahve ile iyileştirdiği varsayılır. Başka bir efsaneye göreyse Hz. Süleyman, seyahati sırasında geçtiği bir kasaba halkının bilinmeyen bir hastalığa yakalandığını görür. Cebrail'in buyruğu üzerine kahve çekirdeklerini kavurarak hazırladığı bir içecek ile kasaba halkını iyileştirir. Bundan sonra kahvenin unutulduğu ve tekrar ortaya çıkışının ancak 16. yüzyılda olduğu belirtilmiştir (Hattox, 1998).

Kaynaklarda kahvenin bulunuşu üzerine sıkça rastlanan bir diğer anlatı da Sufi cemaatinin üyesi olan Zebani adında dervişin, 1454 de Habeşistan'dan gelen kahve tohumları ile bir bahçe kurduğu üzerinedir. Bilginin elde edildiği Arap el yazmasına göre, 1450 dolaylarında Sufi tarikat mensuplarının gece zikir ayinlerinde uyarıcı etkisi nedeniyle kahveyi dervişlere dayanıklılık sağlamak amacıyla kullandığı yazılmaktadır. Anlatıya göre Yemen'deki Sufi tarikatlarının ayinleri halka açık olduğu için kahvenin Yemen halkı tarafından yaygın biçimde kullanılması çok uzun zaman almamıştır (Heise, 1996). Daha sonraları Sufilerin kahveyi sadece bir içecek olarak değil, içildiğinde ibadetlerini daha iyi yerine getirebilmelerine aracılık eden kutsal bir nimet şeklinde kabul ettikleri görülmektedir. Hattox, kahve ve kahvehaneler üzerine yazdığı kitapta İbn-i Abdulgaffar 'in bu ayinlerde gördüklerine yer vermiş:

“Kırmızı kilden yapılmış büyük bir kaba koydukları kahveyi her pazartesi ve cuma akşamları içerlerdi. Önderleri küçük bir kepçeyle kahveyi alır ve içmeleri için onlara verirdi. Kepçeyi sağa doğru elden ele geçirirlerken, bir yandan da alışılmış zikir sözlerinden birini... hep bir ağızdan söylerlerdi.” (Hattox, 1998:66).

Allah'ın isimlerinin tekrar tekrar söylendiği bu ayinlerde kahve fincanının Sufiler arasında sırayla dolaşması “mistik birleşme”yi yani vecd içindeki üyelerin kardeşliğini simgelemektedir (Saraçgil, 1999:29). Bu ayinlerden de anlaşılacağı üzere kahve, ilk kullanılmaya başlandığı dönemlerde bile önemli bir kültürel etkinliğin vurgulanmasına aracı olmuştur. Kahvenin alkollü olmamasına karşın uyarıcı ve zevk verici özelliği

onun kullanımının yaygınlaşmasındaki en önemli etkidir. Heise (1996), kahve ve kahvehaneler üzerine yazdığı kitabında kahvenin bu özelliklerini vurgulayarak içeceğin düşünme süreçlerini hızlandırarak çağrışım, bağlantı kurma ve tepki verme yetilerini arttırdığını; ayrıca uyanıklık durumunun daha da yoğun yaşanmasını sağladığını ve var olan durumun sürekliliğini ve süresini de artırabildiğini belirtmektedir.

Kahve hakkında en eski kaynaklardan biri de İbn Sina'nın ilaçlarla ilgili yazıtlarıdır. İbn Sina'nın yazıtlarında yer alan Yemen'den geldiği belirtilen *bunchum* kelimesinin bundan 500 yıl sonra kahve ağacı ve çekirdeği için de kullanılmış olması kendisinin yazılarında kahveden bahsettiği düşüncesini doğrulamaktadır (Heise, 1996).

Daha sonraları Evliya Çelebi'nin yazılarında da kahveye yer verilmiştir. Çelebi de kahvenin Yemen dağında yaşayan dervişlerde bulunduğunu ve kahve çekirdeklerini “kalb” ve “bün” olarak adlandırdıklarını belirtmektedir. Ayrıca Çelebi'nin belirttiğine göre dervişler ilk olarak kahve çekirdeklerini döverek yemişler ya da bu çekirdekleri kavurup suyunu içmişlerdir (Birsell, 1975).

Yukarıda belirtilenlere dayanarak denilebilir ki kahvenin tarihi uzun zamanlar öncesine dayanmaktadır. Kahve, bulunma ve yaygınlaşma sürecinde birçok farklı medeniyette tanınmış ve günümüze kadar kullanılan bir içecek olmuştur. Kahve günümüzde de çok yaygın olarak kullanılan bir içecektir. Heise'ye göre günümüzün “son kültür hediyesi” olan kahve dünya ticaretinin önemli ürünlerinden biridir. Ekvator üzerinde bulunan 70'den fazla ülkede kahve üretimi yapılmakta ve bu üretimde yaklaşık 25 milyon insan çalışmaktadır (1996). Tüm bu verilerden yola çıkarak kahvenin içildiği mekânların üzerine bir çalışma yapmak, kültür ve mekân arasındaki ilişkiyi irdelerken iyi bir çıkış noktası olabilir. Anlaşıldığı üzere, kahve sadece bir içecek değil, ardında birçok gelenek ve göreneği de yaratmış bir kültür ögesi olmuştur.

2.2. Osmanlıda Kahvenin Yeri

Kahve Osmanlıların 16. yüzyılda Mısır ve Hicaz'ı fethetmeleri ile Habeşistan Valisi Özdemir Paşa tarafından Türk topraklarına getirilmiştir. Kanuni Sultan Süleyman döneminde Yemen yolu ile 1520 ile 1566 yılları arasında geldiği iddia edilen

kahvenin kısa sürede saray ve konaklarda yaygınlaştığı belirtilmektedir (Kürkçüoğlu, 2006). Daha kesin tarihli bir kaynağa göre kahve, Müslüman tüccarlar tarafından Yemen, Cizye, Kahire ve İskenderiye üzerinden 1517 yılında Osmanlı topraklarına ulaşmıştır (Evren, 1996). 1600'lere gelindiğinde kahvenin İmparatorluğunun her yerinde yaygın olarak içilmeye başlandığını görürüz. Osmanlı askeri nereye gitse kahveyi de beraberlerinde götürmüş ve ürünün yayılımına katkılarda bulunmuştur (Heise, 1996). Böylece günümüze kadar gelen ve tarihimizde önemli bir yeri olan Türk kahvesi, başta içim ve sunumu olmak üzere birçok farklı işleviyle kendine ait bir kültürü oluşturmuştur.

Salah Birsell (1975) kahvehaneler ile ilgili kitabında Peçevi'nin kaleme aldığı yazmalara dayanarak ilk kahvehanenin İstanbul'da 1555'de açıldığını belirtmektedir. Aynı kaynağa göre Şam'dan gelen Şems ve Halep'ten gelen Hâkim adında iki kişinin Tahtakale'de ilk kahvehaneyi açtıklarını belirtmektedir. Zamanla bu mekânlar İstanbul'un her yanına yayılmaya başlamıştır. Birsell'e göre:

“Keyiflerine düşkün kimi “yararı safa” özellikle okur-yazar makalesinden nice zarifler burada toplanır olmuşlar. Kimi kitap okur, kimi tavla oynar, kimi satranç.....dostları bir araya getirmek için nice akçeler ve pullar sarf edip şölen yapanlar artık burada bir iki akçe kahve parası vermekle bir araya gelirler.” (Birsell, 1975:11).

Ayrıca 1563 yılında, henüz kahvehaneler açılmamışken, kahvenin Osmanlı İmparatorluğu'nun yönetim kademelerinde yaygınlaşmasının yanı sıra dönemin önemli siyasi oluşumlarından sayılan Halvetiye tarikatında da yaygın olarak tüketildiği bilinmektedir. Bu tarikat da tıpkı Sufiler gibi ayinleri sırasında kahve tüketmekte ve “mistik inziva” anlamını taşıyan halvet sırasında kahve sunumlarına yer vermektedir (Saraçgil, 1999:29). Osmanlı'da başka bir tarikat olan Kalenderiler de kahveyi bu amaçla kullanan kişiler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Dini mekânların dışında ilk sosyalleşme alanlarından sayılan kahvehaneler, İstanbul'da çok hızlı yayılmıştır. Evliya Çelebi Seyahatnâmesi'ne göre 1630'da sadece İstanbul'da 55 kahvehane vardır. Yine Evliya Çelebi'ye göre Kösem Valide Sultan'ın sarayda bir kahvehanesi bile vardır. Sarayda kahveci başı makamı oluşturulmuştu. Ayrıca Kanuni Sultan Süleyman'ın doktorunun kahve içimini destekleyerek her derde deva olduğu düşünülen *triyak* ilacı ile kahveyi eş değerde tutması, Osmanlı'da içeceğin ne denli önemsendiğine dair bir kanıt olarak

değerlendirilebilir (Saraçgil, 1999:30).

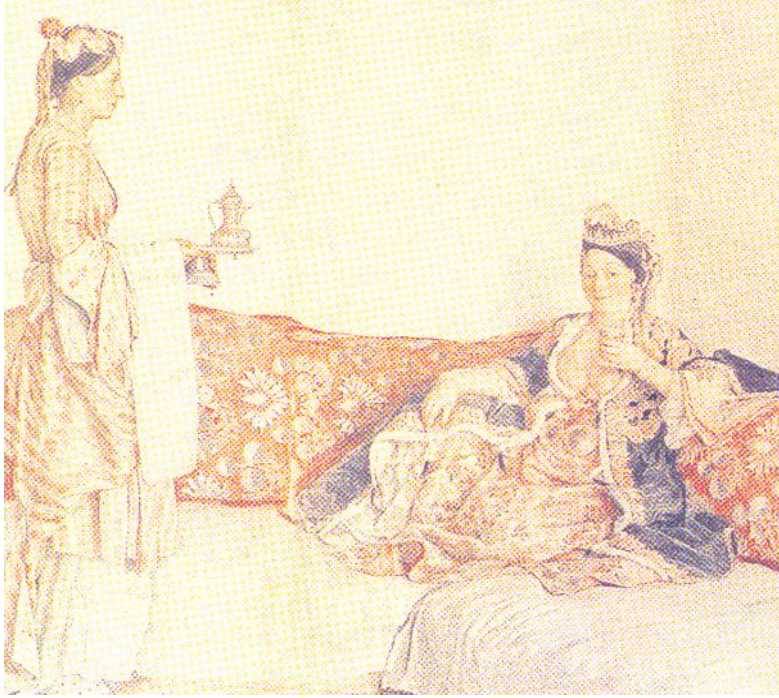
Sarayda kahvenin sunumu da kendine özgü bir törenle yapılmaktaydı. Konukların ağırlandığı yere iki kişi tarafından *sitil* adı verilen özel bir örtü örtülür ve ardından da kahve tepsi ile getirilirdi. İbriklerle taşınan kahve fincanlara aktarıldı. Ayrıca Saray haremlerinde de kendine özgü kahve sunumu vardı. Leğen şeklinde, etrafı halkalı sitil sıcak tutulur ve içinde bulunan kahve cezvesini sürekli sıcak tutardı. Servis yapan cariyeler bu sitili ellerinde taşırdı. Fincanlar, cariyeler tarafından altın sırmalı ve incili süslerle bezenmiş örtüler yardımıyla kapatılmış tepsilerin üzerinde, yine değerli taşlarla bezenmiş zarfların içinde getirilirdi. Kahve, cariyelerce fincanlara doldurulduktan sonra servis edilirdi. Leyla Saz sarayın harem bölümü ile ilgi tespitlerde bulunduğu kitabında kahve sunumuna detaylı bir şekilde yer vermiştir. Saz, eserinde cariyelerin sunumlarını şu şekilde aktarmıştır:

“[...] Cariye, fincanları doldurur, zarflarına yerleştirir ve sonra baş ve işaret parmaklarıyla altlarından tutarak zarif bir biçimde sunar. Zarfın alt yanı, işaret parmağının ucuna oturtulur, başparmaksa dengeyi sağlamak için zarfın üst kısmına biraz değer. Bu hizmeti, özellikle çok çabuk kırılacak türden olan fincanları devirmeden, kahveyi taşırmadan ya da dökmeden yapabilmek, oldukça beceri isteyen güç bir iştir.” (Saz, 2000:24).



Resim 3. Osmanlı Sarayında Kahve Sunum Tasviri (Gürsoy, 2005).

Bu tür törenler, sarayların dışında kalan konaklarda da uygulanmaktaydı. Konaklardaki törenlerde sitil örtüsü; sitil takımı, bir halkayla birleştirilmiş üç zincirin taşıdığı küçük bir mangal olan sitil ve bunun içindeki kahve ibriğinden oluşur (Gürsoy, 2005:34) ve omuzlarda taşınarak getirilirdi. Kahvelerin içimi tamamlanana kadar hizmetliler ayakta beklerlerdi (Gürsoy, 2005).



Resim 4. Osmanlı'da Kahve Servisinin Tasviri1 (Gürsoy, 2005).



Resim 5. Osmanlı'da Kahve Servisi 2 (Gürsoy, 2005).

Tüm bunların dışında Birsal (1975), kahve sunumunun dışında pişirme ve öğütölme aşamalarında da ayrı ayrı aletlerin kullanıldığına kitabında yer verir. Cezveler, değirmenler, kahve şeker kutusu ve kahve soğutucusu bu aletler arasındadır. Bununla birlikte tahta muhafaza kaplarının kahve ve şeker için ayrı ayrı bölmelere sahip oldukları da bildirilmektedir. Kahve soğutucuları ise kahvenin kavrulduktan sonra soğuması için kullanılan tepsilerdir. Kahve, bir kaşık yardımı ile soğuyuncaya kadar bu tepsilerde karıştırılır. Bununla birlikte kahvenin kavrulduğu büyük tavalar özel kaşıklarıyla başka bir ayrıntıya sahiptir. Eğer kahve miktarı çoksa bu sefer, büyük kahve dolapları yardımıyla kavurma işlemi gerçekleştirilirdi. Sacdan imal edilen bu dolaplar odun ateşi üzerine yerleştirilir ve bir eksen etrafında devamlı döndürülerek kavurma işlemi gerçekleştirilirdi. Kahve çekirdeklerini döverek ufak parçalara ayırmak için “dövmek” adı verilen dibeklerden faydalanılırdı. Bu dibekler, yaklaşık 40 santimetre yüksekliğinde ve 25 santimetre çapında, genellikle sert ağaçlardan yapılan (tunç, taş ve demirden de olabilir) içerisi oyuk kütüklerdi. Kahve, bu dibeklerde “dibek kolu” adı verilen düzeneğe yardımıyla dövülürdü (Kürkçüoğlu, 2006).



Resim 6. Kahve Dövmek İşleminin Tasviri (Heise, 2001).



Resim 7.a



Resim 7.b

Resim 7 a/b. Kahve Yapımında ve İçiminde Kullanılan Aletler (Heise, 2001).

Kahvenin hazırlamasında ve sunumunda kullanılan aletlerin kimi zaman üzerlerinde motifli süslemeler görülmektedir. Saray ve konaklarda kullanılan fincanların yer yer değerli taşlarla bezenmesi de sık rastlanılan bir diğer süsleme biçimidir. Bu tür uygulamalardan kahveye ve sunumuna ne denli önem verildiği anlaşılmaktadır. Bundan dolayıdır ki günümüzde bile bu aletler dekoratif unsurlar olarak kullanılmaktadırlar.



Resim 8.a



Resim 7.b

Resim8 a/b. Kahve Fincanları (Kaya, 2005).

Zaman içinde Türk toplumunda kahve kültürünün ne denli önemli bir yeri işgal ettiğinin en çarpıcı belgesi, 1971 yılında gerçekleştirilen bir sayımla ortaya çıkmıştır. Bu sayımda sadece Beyoğlu'nda 1259 kahvehanenin bulunduğu belirtilmektedir.

Buna karşın kahvehaneler zaman zaman hükümet tarafından verilen fetvalar ile kapatılmaya çalışılmıştır. Kahvehanelerin kurulmasına ilk karşıt görüşlerden biri Mekke uleması tarafından bildirilmiştir. Kendisi, kahvenin zevk verici bir içecek olmasından dolayı, haram olarak algılanmasını belirterek kahvehanelerin kapatılması yönünde görüş bildirmiştir (Şener, 2006). Bu görüşün oluşumundaki temel neden, halkın ibadet ederek geçirmesi gereken zamanlarını kahvehanelerde harcıyor olmasıdır. Salah Birsal kitabında din bilginlerinin görüşlerini şu şekilde iletir: "Kahveler kötülük ocağıdır, oraya gitmekten meyhaneye gitmek evladır" (1975:13). Kimi din adamları, daha da ileri giderek, kömürleşme derecesinde kavrularak yapılan her şeyin yasak olduğu üzerine fetvalar vererek kahve çuvallarını deldirip denize attırmıştır. Bütün bu yasaklara karşın çıkmaz sokaklarda ve bazı dükkânların arka bölümlerinde kahvehane açılmasına izin verilmiştir.

Kahvehanelerin yasaklanmasının bir başka nedeniyse kahvenin nüfuzlu Osmanlı ailelerinin evlerine girmesi; hatta kahve pişirmek için ayrıca elemanların çalıştırılması olarak gösterilebilir. Bundan dolayı halkın kahve içmesi kısıtlanamamıştır (Şener, 2006). Aksine zaman içerisinde saray ve konaklarda biçimlenen kahve içme kültürü hızla halkın arasında da yaygınlaşmıştır.

Böylece kahve içme amaçlı kullanılan mekânlar giderek kalabalıklaşmış; fakat kahvehanenin sık kullanılan sosyal alanlara dönüşmesi dindar çevrelerin ve hükümdarlığın halk üzerindeki kontrolünü zorlaştırmıştır. Bundan dolayıdır ki kahvehaneler zaman zaman hem hükümdarlık hem din adamları tarafından bir tehdit olarak görülmüştür. Bu yasaklamalardan dolayı bir süreliğine düşüşler yaşansa da kahvehane sayısı tekrardan artışa geçmiştir. IV. Murat döneminde kapatılmaların yanı sıra, yıkıldıkları bile olmuştur (Gürsoy, 2005).

Osmanlı halkı kahveyi sadece bir içecek olarak kabul etmemiş; hem sunumuyla hem içimiyle kendi içinde bir ritüele dönüştürmüştür. Bundan dolayı, kahve içmek halk için bir sosyalleşme biçimidir denebilir. Halk arasında kahve içimi üzerine söylenen 'gönül ne kahve ister ne kahvehane; gönül ahabap ister kahve bahane' deyişinden de anlaşılacağı üzere kahve bir sosyalleşme aracıdır. Kahve üzerine söylenmiş daha

vurgulu bir anlatıma sahip ‘bir acı kahvenin kırk yıl hatırı vardır’ söylemi de halk arasında halen sık kullanılan bir deyiştir. İkram edildiği kişi tarafından bu denli değerli bir konuma yerleştirilen kahvenin Türk toplumu için önemli bir kültürel öge olduğunu söylemek uygundur.



Resim 8. Osmanlı Döneminden Bir Kahvehane İç Mekan Tasviri (Gürsoy, 2005).

Birçok edebiyatçı kahvenin Türk toplumundaki yeri üzerine düşüncelerini eserlerinde yansıtmıştır. Sadri Ertem’in aşağıda alıntılanan beyitleri en vurgulu anlatımlardan biridir:

Anadolu köyünün gerçek tapınağı kahvedir.
Kahveci, tapınağın teşrifatçısı.
Kahve, er meydanıdır.
Mahsullerin gidişi kahvede konuşulur.
Kız kaçırma haberleri kahveye gelir.
Filanın vurulduğu kahvede duyulur.
Vergi memuru kahveyi ziyaret eder.
Tefeci kahvede işini uydurur. Muhtar kahvededir.

.....

Tarihte tekkelerin biricik ciddi rakibi kahveler olmuştur.
1940 savaşı Türk köylüsü tarafından kahvenin hoparlöründen dinlendi.
Haber saati yaklaşınca çömelip dünyada olup bitenleri dinledikten sonra köylü tarlaya gider.
Kahve harman zamanı, ekin zamanı boşalır.
Kahveci çokluk hem berber, hem şairdir.
Lafın kısası kahve köyün stratejik merkezidir.

Divan Edebiyatı-Halk Edebiyatı savaşında kahve halk sanatının saraya karşı kalesi olmuştur.
Tanzimat'tan beri Âşık tarzı (saz şiiri) kahvede dinlenir (Sadri Ertem, Birsnel, 1975:25).

Yukarıdaki alıntıdan da anlaşılacağı gibi, ilk olarak sadece kahve içilme amaçlı mekânlar olarak düşünülen kahvehaneler zamanla bundan çok daha fazlasına sahne olmuştur. Bu yapıtında Sadri Ertem, kahvehanelere halkın sosyalleştiği mekân olmaktan daha da ileri bir görev yükler. Kahvehaneler, halkın sosyalleşme dışında hayatın akışını da takip edebilecekleri bir mekâna dönüşmüştür. Bundan dolayı kahvehaneler, halkın büyük bir kısmı için ev ve işleri dışında en çok zaman geçirilen yerlere dönüşmüştür.

Kahvehaneler kimi edebiyatçı ve düşünürlerin de sıklıkla kullandığı mekânlar olmuştur. Salah Birsnel kitabında zamanlarının büyük bir kısmını kahvehanelerde geçiren edebiyatçılarımıza yer verir. Bu kişiler arasında; Sait Faik, Orhan Kemal, Sabahattin Kudret, İskender Fikret Akdora, Celal Sılay, Samim Kocagöz ve Cahit Saffet sayılabilir. Birsnel bu konudaki düşüncelerini şu sözleri ile yansıtır: “Bunlar yataklarını alıp kahvehaneye taşınmamıştır; ama her gün kahvede üç, beş, on saatlerini geçirmeden edememişlerdir” (Birsnel, 1975:29).

Birsnel'in kahvehane müdavimleri arasına koyduğu Sait Faik de kahvehaneler üzerine yazdığı bir yazısında bu mekânları üniversitelere benzetmekten geri durmaz:

“Soğuk temiz, beyaz mermerli, ince belli çay bardaklı, mavi, sarı, turuncu fincanlı, köylü, zayıf, garsonlu, sarı yüzlü ocakçılı İstanbul Kiraathaneleri! İstanbul'u, İstanbul Halkını, derdini, beğenisini, bilgisini, becerikliliğini sinemalarda, yılışık, ciddi tiyatrolarda, dahası, evlerden daha çok siz temsil ediyorsunuz. Siz birer tembel yatağı değil, birer bağımsız üniversitesiniz. Üniversiteden daha bağımsızsınız” (Birsnel, 1975:27).

Sait Faik bu sözleri ile kahvehanelerin sadece kahve içilen bir mekân değil; zamanla içinde yaşamın akışını barındıran yerler haline dönüştüğünü vurgulu bir anlatımla aktarmaktadır. Faik, kahvehaneleri İstanbul'un kültürel kimliğini yansıtan mekânların başında sayarak buralar yardımıyla yansıtılan kültürün içinde bulunanlar için öğretici bir niteliğe sahip olduğunu düşündüğünden üniversite benzetmesini kullanır.

Kahvehaneler, sosyalleşme ile birlikte, halk arasında haberleşme görevini de üstlenmiştir. Zaman içinde çok sayıda insanın kullandığı kahvehaneler, o dönemde herhangi bir haberleşme aracı olmamasından dolayı, insanların birbirleri ile ilgili haberleri aldıkları ya da birbirlerine haber iletme için kullandıkları yerlere dönüşmüştür. Bu durum, söz konusu mekânların önemini bir kat daha arttırmıştır. Özellikle mahalle kahvehaneleri, orada yaşayan halkın iletişimi için vazgeçilmez bir konuma yükselmiştir. İstanbul dışından gelen asker, memur ya da gezginlerin kahvehanelerde anlattıklarıyla birçok farklı yer ve konuda haber alınabilmekteydi (Georgeon, 1999). “Haberleşme araçlarının ve özellikle gazetelerin yokluğunda ya da sansür uygulandığında, kahvehaneler az çok denetim dışı olan her türden dedikodunun kaynağıydı.” (Georgeon, 1999:49). François Georgeon, İstanbul’da İmparatorluk dönemindeki kahvehaneler üzerine yazdığı yazısında bu konu üzerine gazeteci yazar Ahmet Rasim’in nükteli anlatımına yer vermektedir. İstanbul da fazla sayıya ulaşan bir söylentinin gerçek yüzünü anlamak için yaptığı bir araştırmayı nükteli bir şekilde aktarmaktadır:

“Evvelki gün bir zat bizim halazadeye söylemiş. Oğlu kahveye çıkmış imiş, orada konuşurlarken bilmem ne efendi dedi, ismini hatırlamıyorum. İşte o efendi birkaç gün evvel ‘çırır’ da mı, ‘Haydar’ da mı el-hâsıl iyice bilemiyorum o civarlarda bir kahveye gitmiş. Oraya da teka’üd olmuş iken muharebe vesilesiyle yine asker edilmiş bir topçu yüzbaşı gelmiş. Geleli de üç gün olmuş imiş, o söylemiş.” (Georgeon, 1999:50).

Aktarılanlara dayanarak Osmanlı’dan bugüne kahvehanelerin Türk toplumunda önemli bir yere sahip olduğu belirgindir. Kahvehaneler, Osmanlı toplum hayatına belirgin bir biçimde yön veren mekânların başında gelmiştir. Bundan dolayı, günümüzde gerçekleştirilecek sosyal alan düzenlemelerinin tasarımında kahvehaneler üzerine yapılacak analiz ve dokümantasyon çalışmalarının etkin rolleri olabilir.

2.2.1. Osmanlıda Kahvehaneler

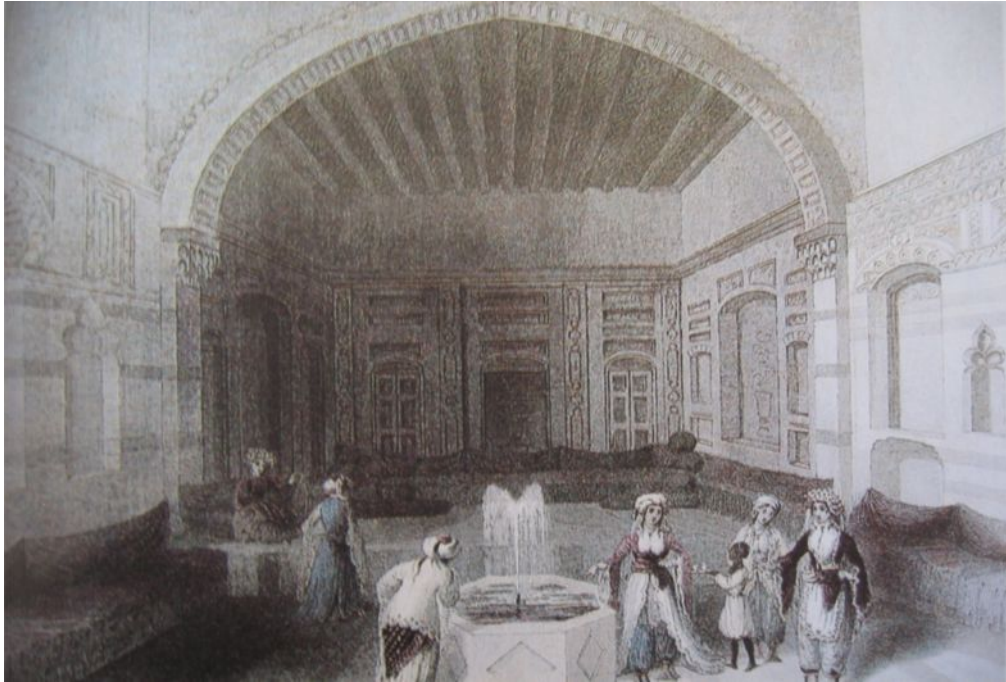
Osmanlı’da ilk kahvehanenin ticari vergi sicil kaydı 1674 yılında yapıldı. II. Mustafa döneminde (1659–1703) tutulan kayıtlara göre Kanuni Sultan Süleyman kahvenin kullanımının kısıtlanması ve seçkin bir zümre tarafından yönlendirilmesi için bu vergiyi uygulamıştır (Saraçgil, 1999). Kahvehanelerin ilk müşterileri kalemiye üyeleri olmuştur. Kalemiyeler “yönetimdeki yeni seçkinler sınıfı, bürokrasi, yani Kanuni döneminde özerk yapılı gerçek bir yönetim kurumu” idi (Saraçgil, 1999:33).

Peçevi' ye göre kahvehanelerin ilk müşterileri arasında çok çeşitli insanlar sayılabiliirdi:

“Eğlence düşkünleri ve aydın sınıfından iyi yaşamayı seven kimi insanlar, kahvehanelerin her birinde yirmi ya da otuz kişilik gruplar halinde toplanabiliyorlardı. Kimileri kitap ve ada-ı muaşeret yazıları okuyor, kimileri tavlâ, satranç oynuyordu. Yeni yazdıkları şiirleri getirip, sanat üzerine münazara yapanlar da vardı.” (alıntı Saraçgil, 1999:33).

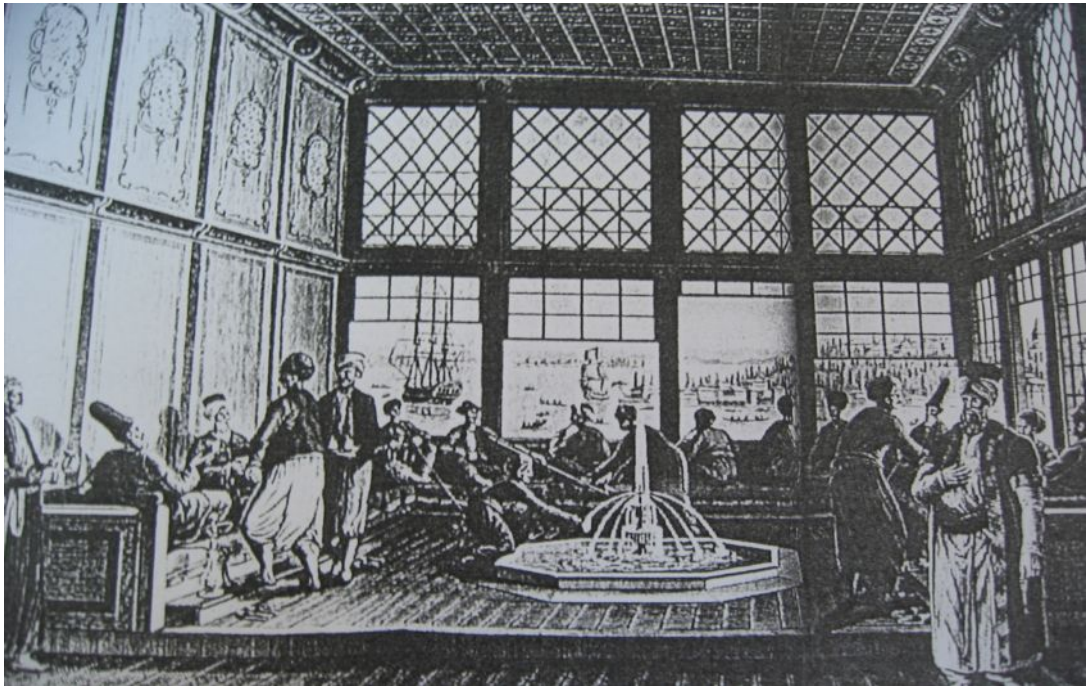
Hattox'a (1998) göre kahve ocağı, kahve dükkânı ve kahvehaneler ilk kahve satışının yapıldığı mekânlardır. Kahve ocakları, küçük mekânlar olup ayaküstü satış noktalarıdır ve buralardan çevrede bulunan dükkânlara kahve servisi yapılmaktadır.

Kahve dükkânları ise kahve ocaklarının fonksiyonları üstlenmelerinin yanında oturulup kahve içilebilen yerlerdir. Kahve dükkânları genellikle mahalle aralarında yer alan küçük mekânlardır. Zaman zaman mekân küçüklüğü nedeniyle masaların dükkân dışına koyulduğu olmuş; kimi geceler meddahlar yardımıyla eğlenceler düzenlenmiştir. Hattox'a göre kahvehaneler, kahve dükkânlarından daha büyük mekânı kaplayan şehir kahvehaneleridir. Bu mekânlar kahve dükkânlarından daha gösterişli yerlerdi (1998).



Resim 9. Osmanlı Sarayında Kahve İçimini Tasvir Eden Bir Eser (Heise, 2001).

Kahvehanelerin sayıları arttıkça birçok farklı gruba hitap etmeye başladı. Zaman içinde kahvehaneler kendi aralarında farklı ihtisaslaşmalara gitti. Örneğin mahalle kahvehaneleri mahallenin toplanma ve haberleşme yerleriydi. Hemen hemen her mahallede olan bu kahvehaneler, orada yaşayan halkın sosyalleşme mekânı olmasından öte, ortak olan bir takım problemlerin çözümünün arandığı yerler haline dönüşmüştü. “Çeşitli sorunlar çevresinde örgütlenme bilincinin ilk tohumlarının atıldığı bu tür kahvehaneler kültürel paylaşmanın dengeli bir biçimde gelişmesine de zemin hazırladı.” (Evren, 1996:49).



Resim 10. Osmanlı Döneminden Bir Kahvehane İç Mekan Görüntüsü (Hattox, 1998).

Bir diğer kahvehane tipi de kıraathanelerdir. Kıraathaneler, normal bir kahvehanenin sahip olduğundan farklı bir kullanıcı tipine sahiptir. Bu kahvehaneler okuma evi olarak da adlandırılır. Kıraathanelerin okuma evi olarak hizmet vermesi Tanzimat sonrasına rastlar. Bu yapıyla kıraathaneler, Avrupa’daki kulüp ve salonlara benzetilebilir. Ayrıca, mekânlarda kitapların dışında kullanıcıların bilgilendirilmesi amacıyla gazete ve dergiler de bulundurulmaktaydı. Ahmet Yaşar’ a göre:

“ Tanzimat sonrası dönemde kıraathanelerin açılmaya başlanması ve yaygınlaşması, birazda devrin şartlarıyla ilgilidir. Nitekim bu dönemde gazete ve dergi yayıncılığı başlamış ve kitap basımın da artmıştır. Ancak bu yayın organlarının şehir içerisinde sadece belli yerlerde satılması, gündelik okuma

alışkanlığının hane ölçeğine kadar yaygınlaşmasını engellemiş, dolayısıyla günlük gazete ve dergi koleksiyonlarını bünyesinde barındıran okuma mekânlarının ortaya çıkmasını zaruri kılmıştır.” (Yaşar, 2006:1)

Kıraathanelerin yaygınlaşması, Yaşar’ın da söz ettiği gibi, toplumsal yaşamda ve dönemin sosyo-kültürel yapısındaki değişimlere bağlıdır. Kıraathanelerin ortaya çıkışı, kahvehane adıyla var olan mekânların sosyal ihtiyaçlar doğrultusunda uğradığı değişime iyi bir örnek olarak algılanmalıdır.



Resim 11. Osmanlı Dönemi Kahvehane İç Mekanında Sedirli Oturma Düzeninden Bir Görüntü (Hattox, 1998).

Daha sonraları İstanbul’da birçok kıraathane kendine özgü hizmet alanlarını oluşturmuştur. Örneğin, Cemiyet-i İl-miyye-i Osmaniye adında kurulan bir kıraathanesi, bünyesinde birçok yabancı dilde dergi ve gazete barındırmaktaydı. Bu kıraathanede İngilizce ve Fransızca dersleri de verildiği bilinmektedir. Bundan dolayıdır ki bu mekân daha çok eğitim veya bir tür akademi olarak ünlenmiştir. Kıraathanelerde Ramazan aylarında birçok kültürel faaliyet yer almakta idi. Zaman

zaman Karagöz ve Hacivat gösterileri ve müzikli eğlenceler düzenlenmekteydi (Yaşar, 2006).

Farklı gruplardan oluşan esnafın da kendilerine ait kahvehaneleri bulunmaktaydı. Bu esnaf kahvehaneleri şehrin ticaret merkezlerinin içinde yer almaktaydı. Müşteri tiplerine dayanarak iki gruba ayrılan bu mekânlar daha çok işçilerin uğrak yeri idi. İstanbul için daha çok taşımacılık ve inşaat işlerinin yoğun olduğu Haliç dolaylarında yoğunlaşan bu kahvehaneler işçi bulmak için uygun yerler haline dönüşmüştür (Evren, 1996).



Resim 12. Osmanlı Döneminde Liman Kahvehanesi (Hattox, 1998).

Bu kahvehanelerin ikinci grubu ise ticarethane veya işyeri sahiplerinin kullandığı mekânlar olarak sınıflandırılabilir. İstanbul'da "daha çok Kapalı Çarşı, Beyazıt ve çevresinde kümelenen bu kahvehaneler, İstanbul'un ilk ticaret büroları olarak faaliyeti görülebilir (Evren, 1996:51). Günümüzde dünyanın en bilinen sigorta şirketlerinden biri olan Loyd's, bu oluşumun yurt dışındaki örneği olarak gösterilebilir. Londra'da Loyd's Coffee house olarak kurulan bu mekân, zaman içinde çevrede bulunan sigortacılar tarafından sıkça kullanılmaya başlar. Birçok haberin duyulduğu bu mekân, bir süre sonra sigorta ajanlarının uğrak yeri haline gelir ve zaman içinde bir sigorta firmasına dönüşür (İşoğlu, 2006). Bir kahve içme mekânının zaman içinde bir sigorta şirketine dönüşmesi, kahvehanelerin toplumu

ne denli bir araya getirici ve yönlendirici mekânlar olduğunu da ortaya koyması bakımından önemlidir.

Osmanlı'da, kışlanın dışında geçirdikleri zamanlarda Yeniçeri'lerin de kendilerine has kahvehanelerini oluşturdukları gözlenir. Zaman içinde bu kahvehanelerin askeri hiyerarşi usullerinde yapılandıklarına tanık olunur. Örneğin, sıradan bir asker yeniçeri kahvehanesini açamaz; ancak grup arasında ön plana çıkmış ünlü bir kişi bu mekânı açıp işletebilirdi. Her Yeniçeri kahvehanesinin önünde sahibinin dâhil olduğu Yeniçeri ocağının nişanı bulunmaktaydı. Levha biçimindeki bu yoğun bezemeli nişanlar, giriş kapısının üzerinde bulunurdu. "Kahvehanenin açıldığı gün pek tantanalı bir alay ile getirilip kahvehanenin kapısı üstüne konulurdu, buna da Kahvehane Nişan Alayı denilirdi" (Evren, 1996:58). Ayrıca bu kahvehanelerde askeri disiplinin kışladaki kadar katı olmasa da devam ettiği söylenebilir. Bu örnekten de anlaşılacağı gibi, kahvehaneler belirli bir zümrenin toplanarak gelenek ve göreneklerini ifade edebildikleri mekânlara dönüşmüştür.

Bir diğer kahvehane tipi de semai (çalgılı) kahvehanedir. Çalgılı kahvehaneler, çoğunlukla Ramazan aylarında dönüşüme uğrayan tulumbacı kahvelerinden oluşmaktaydı. Farklı biçimleriyle sahne sanatlarının sergilendiği bu mekânlar, Ramazan ayı eğlence mekânları olarak değerlendirilebilir. Bu mekânlar, Ramazan ayında birçok farklı süslemelerle dekore edilip yeniden yapılandırılırdı. Süsleme sürecini Salah Birsel kitabında şu sözlerle aktarmaktadır:

"Çalgılı kahvehane işletecek kimse ilkin donatacağı kahvenin sahibiyle anlaşır, sonra da kahvehaneyi bir gelin odası gibi süslemeye koyulur. Elvan kâğıtlardan (krepon kâğıdı) zincirler ve güller yapılır, kahvenin tavanı ile çalgıcıların yeri baştanbaşa bunlarla donatılır. Tavanın şurasından burasından yenedünya denilen ve sırçadan yapılan renkli ve sırlı küreler de sarkıtılır." (Birsel, 1975:170).

Birsel'in bu aktarımından da anlaşılacağı üzere, çalgılı kahvehanelerde mekânsal dekorasyon ön plana çıkmaktadır. Burçak Evren de kitabında bu durumu destekler bilgiler ortaya koymaktadır. Evren' e göre bu kahvehaneler müşterinin beğenisini en iyi şekilde yansıtmalıdır. Bu yansıtımdaki başarı kahvehane sahibinin hünerine bağlıdır. Ayrıca Evren kimi kahvehanelerin süslemeleri ile ünlendiklerini de belirtmektedir. Çoğu zaman, bu süslemeler tulumbacı ve kayıkçılar arasında bulunan amatör sanatçılar tarafından yapılmaktaydı.

Bu kahvehanelerin müşterileri arasında genellikle tulumbacı, arabacı ve sandalcılar vardı. Akşam teravihten sonra halk bu mekânlara gelmeye başladılar. Kahvehanede çalışacak müzisyenler önceden belirlenirdi. Kahvehanenin açılışı törenlerle yapılır ve halka mekânı kimin işlettiği duyurulurdu. Müzisyenler tarafından hem Batı müziğinden alıntılar hem özgün müziklerimiz icra edilirdi. Tüm bu niteliklerinin yanında söz konusu mekânların öne çıkışının asıl nedeni mani atışmaları ve destanların okunmasıyla olmuştur. Çalgılı kahvehanelerde ünlenmiş mani atışmaları ve destanların edebiyatımıza da önemli katkıları olduğu düşünülmektedir (Evren, 1996). Ayrıca bu kahvehanelerde duvarlara ödüllü bilmeceleer de asılır; Ramazan ayı boyunca bilmeceleeri bilen çıkmazsa ödöl bilmeceyi yazan kişiye kalırdı.

Çalgılı kahvehaneleri diğerlerinden ayıran en önemli özellik, oturma düzeninin tamamen bir sahne ve etrafında seyircilerin bulunduğu bir tiyatroyu anımsatır şekilde olmasıdır (Evren, 1996). Çalgılı kahvehaneler, mekânsal tasarım yaklaşımları ile hem kahvehane hem gösteri fonksiyonunu aynı mekân içerisinde gerçekleştirmektedir. Bütün bu anlatılanlara dayanılarak denilebilir ki kahvehane iç mekân tasarımının ön plana alındığı mekânlar çoğunlukla çalgılı kahvehanelerdir.

Bir diğer kahvehane tipi de imaret kahvehanesidir. Çoğunlukla cami yakınlarında kurulan bu kahvehaneler, halkın namaz vakitleri arasında zamanını geçirdiği mekânlardı. Bu kahvehanelerde de Karagöz Hacivat veya ortaoyunu gibi birçok geleneksel gösteri yapılmaktaydı. Bu kahvehane tipinde de diğerlerinde olduğu gibi farklı bir kullanıcı kitlesi ve buna hizmet eden bir mekân bulunmaktaydı. Namaz kılma vaktinin gelmesini bekleyen müşteriler, hem kahve içme hem sosyalleşme ve boş vakit geçirmek için bu mekânı kullanmaktaydı. Buradan da anlaşılacağı üzere, kahvehane kullanıcıları ihtiyaçları doğrultusunda bu mekânı kendi özgün alanları haline dönüştürmüştür.

Bir diğer kahvehane tipi ise esrarkeş kahvehaneleri olarak isimlendirilmiştir. Adından da anlaşılacağı üzere bu mekânlar esrar kullanan kişilerin bir araya geldikleri yerlerdir. Bu kahvehanelerin de kendi içinde işleyiş kuralları bulunmaktaydı. Esrarkeş kahvehanesi ocağından sorumlu olan kişilere “ocakçı dede” ve kullanıcılar arasında oluşan bir gruba da “kıdemli dede” denilmekteydi. Bu kişiler ermiş ya da sadece esrarkeş olarak değerlendirilirdi. Kendi dünyalarına

kapanmış bu insanların dış dünya ile ilişkilerini görevlendirilen bir takım insanlar üstlenmişti. Bu görevlendirilen kişiler, “kıdemli dede”lerin bakımlarını sağlamak üzere halktan bağış toplamaktaydı. Burçak Evren’in kitabında yer verdiği Nazlı Ali Rıza Bey’in söyledikleri, esrarkeş kahvehanelerin işleyişini şu şekilde ortaya koymaktadır:

Bu kahvehanelere gidenler, Kıdemli dedelerin huzurunda boyun kesmek (eğilip saygıyla selamlamak) mecburiyetindedirler. Bu gelen kişiye ya hepsi birden, asla söz söylemeksizin birkaç dakika öyle bakarlar; bakışları gayet öfkeli ve hiddetlidir. Aralarına girenler, evvela edeplince boyun kestikten ve yalvarıp yakarma ifade eden bir vaziyet aldıktan sonra doğruca ocakçı Dede’nin yanına giderler, elini öpüp getirdikleri parayı teslim ederler. Dede parayı sayar, sonra “üç baş” der. Her baş bir kuruş demektir. Mesela getirilen para beş kuruş ise, üç kuruşluk üç baş nargile doldurur, kalan iki kuruşa karşılık da çay pişirip birer miktar ekmek hazırlar...”. (Evren, 1996:94).

Bütünüyle kendi işleyişini kurgulamış bu mekânın kullanıcı grubuna has bir yere dönüştüğünü belirtmek yanlış olmaz. Bundan önce ele alınan kahvehane tiplerinde olduğu gibi bu kahvehanede de kullanıcı, mekânı gerçek kullanım amacından çok içinde kendi gelenek ve göreneklerini yaşatabileceği bir ortama dönüştürmüştür. Bundan dolaydır ki söz konusu bu mekânlar, kullanıcıları ile bir bütün olarak isimlendirilmektedir.

Bir diğer kahvehane tipi ise meddah kahvehaneleridir. Bu kahvehaneler gösteri yapan meddahın adı ile anılırlardı. Mekânlar, meddahın kendine ait olabilir ya da bir süre aynı yerde çalışan meddahın adıyla özdeşleşirdi. Meddah kahvehanelerinde de çalgılı kahvehanelerde olduğu gibi gösteri sırasında düzen değişir, halk meddahın çevresinde sahne düzeni oluştururdu. Meddah ise herhangi bir iskemle ya da tabure üzerinde gösterisini yapardı.



Resim 13. Osmanlı Döneminde Meddah Kahvehanesi (Heise, 2001).

Meddahlar performanslarını sahnelerken mendil ve sopadan oluşan iki aksesuar kullanır; anlatım esnasında, bu iki araç hikâyeye göre farklı fonksiyonlar üstlenir ve böylece anlatım bir gösteri sanatına dönüşürdü. Gösteride yer alan hikâyelerin kurgusu, izleyicinin profiline göre meddah tarafından tayin edilirdi. İzleyicilerin çoğunluğunun küçük yaşlarda olduğu bir gruba gösteri sunarken kahramanlık temalarının yoğun olarak kullanıldığı hikâyelerin kurgulaması bu duruma örnek olarak gösterilebilir (Evren, 1996).

Bu kahvehane tiplerinin dışında birçok farklı ilgi alanlarıyla uğraşan insanların bir araya gelerek oluşturduğu kahvehaneler de bulunmaktadır. Salah Birsal'ın (1975) kitabında yer verdiği "dominocular kahvehanesi" bu duruma iyi bir örnek olabilir. Adından da anlaşılacağı üzere burası domino oynayan insanların bir araya toplandıkları bir kahvehanedir. Bununla birlikte, kahvehane kurulumunun imkansız olduğu veya mekanların bulunmadığı yerlerde seyyar kahveciler görev yapmaktaydı. Bu kişiler, kahve yapılan aletleri üzerlerinde taşıyarak seyyar bir biçimde gezerdi. Söz konusu kişiler, yaşadıkları dönemleri yansıtan birçok resimde simgesel bir figür gibi yer almaktadır.



Resim 14.a



Resim 14.b

Resim 14 a/b. Osmanlı Döneminde Seyar Kahveci (Gürsoy, 2005) , (Heise, 2001).

Yukarıda sözü edilenlere dayanarak denilebilir ki kahvehaneler, Türk kültür ve geleneğinin oluştuğu ve uygulandığı mekânlardır. O dönemlerde cami ve işyerlerinin dışında tek sosyalleşme alanı olan bu mekânlar, içerisinde barındırdıkları toplum üyelerinin kültürel kimliklerini baskın bir şekilde yansıtmaktadır. Bu noktadan hareketle kahvehanelerin, Türk kültürünün oluşumunda ve yansıtılmasında önemli mekânlar olduğu düşünülebilir.

Özellikle kurulduğu dönem ve devamında yer alan toplumsal değişimlerin bire bir yansıtıldığı ve toplum tarafından değerlendirildiği bu kuruluşlar tarihsel sürece yön veren mekânlar halinde de dönüşmüştür. Birçok Yeniçeri ayaklanması bu mekânlarda organize edilmiştir. 1908 de Jön Türk Devrimi'nin biçimlenmesi kıraathanelerde olmuştur. İstanbul'da, 1918–1922 arası dönemde, kahvehaneler ulusalcı hareketin yayınlarının gizlice okunduğu yerlerdir. Milli kurtuluş hareketinde zaman zaman Anadolu'ya silah sevkıyatının yapıldığı yerler yine kahvehanelerdir (Çizmecı, 2006). Bu örnekler önemli toplumsal değişimlerde kahvehanelerin ne derece etkin rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde, tarihi süreç detaylı bir biçimde irdelenecektir. Bu noktada amaç, kahvehanelerin yüklendiği fonksiyonlar ve buna bağlı olan kullanıcı kitlelerinin karakteristik özelliklerini ortaya koymaktır. Kahvehane artık kullanıcısının kendi kimliğini özgün taraflarıyla yansıtabildiği ve benzerleriyle paylaşabildiği yerlerdir. Başka bir deyişle kahvehaneler, kendi kullanıcısı tarafından kimlik kazandırılmış yerlerdir.

3. TÜRK KAHVEHANELERİNİN ÇEVRESEL PSİKOLOJİ DİSİPLİNİ ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Tez kapsamında Türk kahvehaneleri ile ilgili genel bir tarihi bilgi verildikten sonra, bu bölümde çalışmanın temel bakış açısını oluşturacak bir takım kavramsal sunulacaktır. Öncelikle bu kavramlara temel oluşturduğu düşünülen kültür kavramı irdelenecektir. Daha sonra Çevre Psikolojisinde yer alan bir takım kavramlar aktarılacaktır.

3.1. KÜLTÜR

Çevre Psikolojisi kavramlarının tanımlarken aslında bu kavramların oluşumunda en öncelikli etkisi olan kavramın kültür olduğu söylenebilir. Bundan dolayıdır ki; kültür kavramı birçok yönüyle ortaya konulacaktır. Özellikle kahvenin Türk toplumunda kültürel bir önemi olduğu irdelenecektir. Bu tezin teorik yapısını oluştururken, kültürün hangi yönlerini öncelikli olduğunu belirtmek için bu geniş kavramı ortaya koymak önem kazanmaktadır.

Kültür kavramı birçok düşünür tarafından defalarca tanımlanmıştır. Yer alan tanım çokluğu bu kavramın geniş bir kapsama alanı olmasına bağlanabilir. Kültür kavramı kendi içinde birçok farklı alan ve de anlam barındırmaktadır. Düşünür Murdock, Ford ve Hudson 1971 de kültürün hayatı ile ilişkisini kurabildikleri 79 farklı yön bulmuşlardır. Antropologlar Kroeber ve Kluckhohn kültürün kavramının 164 tane farklı derlenmiş tanımını bulmuşlardır. Bu kadar çok tanıma olduğu için tanımlanamayacağına inanan düşünürlerde bulunmaktadır (Güvenç, 1999). Başka bir yaklaşım ise kültürün soyut bir kavram olmaktan çok güncel hayatın bir parçası olduğu üzerinedir.

“Bir topluluğun her üyesinin katkıda bulunduğu ve toplumun her üyesini yoğuran değişken bir ağıdır. Bir kültürün toplamı elbet onun bireysel parçalarından da büyüktür; ama o ancak insanların eylemlerinde ve imgelerinde canlandığında gerçekleşir ve var olur.... Kültür, belli yer ve zamanda var olan temel bir şeydir; bir soyutlama değildir.” (Baynes, 2004:15).

Bozkurt Güvenç İnsan ve Kültür adını verdiği kitabında kültür kelimesinin köklerine kadar iner ve kelimenin sözcük olarak “Cultura”dan geldiğini ortaya koyar. Latince de karşılığı *Colore* olan kelime dilimizde sürmek ekip-biçmek, ekin karşılığında kullanılmıştır. İlk olarak kültür kavramı Voltaire’in zekâsı ile ilişkilendirmiştir. Voltaire kültürün zekâsının oluşum ve gelişimini, kısacası biçimlenişi olarak değerlendirmiştir (Güvenç, 1999). Zaman içerisinde kültür kavramı Avrupa’nın birçok ülkesinde kullanılmaya başlanmıştır ve bu süreç içinde değişip başka anlamlara dönüşmüştür. Kültürün yaygın olarak bilinen ilk tanımı İngiliz Antropolog Taylor tarafından 1865 yılında yapılmıştır. Taylor, kültürü içinde yaşadığımız toplumdan öğrendiğimiz bütün gelenek ve görenekler olarak tanımlamıştır.

Tarihsel süreci ele almakla birlikte Güvenç kültürün kapsamlı tanımını şu şekilde ortaya koymaktadır:

1. Kültür, bir toplumun ya da bütün toplumların birikimli uygarlığıdır.
2. Kültür, belli bir toplumun kendisidir.
3. Kültür, bir dizi sosyal süreçlerin bileşkesidir.
4. Kültür, bir toplum kuramıdır. (Güvenç, 1999:95).

San Francisco Eyalet Üniversitesinde psikoloji profesörü olan David Matsumato da kültür üzerine yaptığı birçok araştırma sonucunda bu kavramı kapsamlı olarak tanımlamıştır. Matsumato'ya göre kültür kavramı;

- Dinamiktir,
- İçerisinde kurallardan oluşan sistem barındırır,
- Hem gruplar, hem de grup içinde var olan ünitelerde yer alır (katmanları vardır),
- İçerisinde barındırdığı kurallar sistemi ile grubun yaşam devamlılığını sağlar,
- Tavırlara, değerlere, inançlara, normlara ve davranışları içerir,
- Gruplar tarafından paylaşılır,
- Grubun her bir ünitesi tarafından kendi içinde yorumlanır,
- Nesilden nesille (az farklarla) aktarılır,
- Fakat zaman içinde değişme potansiyeline sahiptir (Matsumato 2000:25,26).

Yukarıda yer alan tanıma dayanarak kültürü kendi başına tek bir kavram olarak algılamaktan çok onun birçok birleşenden oluştuğunu düşünmek doğrudur. Başka

bir deyişle kültür içerisinde pek çok farklı anlamlar barındıran bir kavramdır. Kültür soyut ve somut hayatın her aşamasında kendini farklı yönleri ile göstermektedir.

Güvenç yazdığı kitabında ülkemizde kültür kavramının hangi alanlarda ne anlamlarda kullanıldığını da ortaya koymaktadır. Güvenç' e göre ülkemizde kültür 4 ana başlık üzerinden ayrı ayrı anlamlandırılmaktadır. Bunlar:

1. Bilim alanında kültür: Uygarlık.
2. Beşeri alandaki kültür: Eğitim sürecinin ürünüdür.
3. Estetik alandaki kültür: Güzel sanatlardır.
4. Maddi (teknolojik) ve biyolojik alanda kültür: Üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirme (Güvenç, 1999:97).

Güvenç bu çalışmalarını daha da detaylandırarak farklı kullanılan kültür kavramlarını her birini tablo üzerinde tanımlamıştır.

TABLO 5-1.
ÇEŞİTLİ KÜLTÜR KAVRAMLARI VE ANLAMLARI

KAVRAMLAR	ANLAMLAR		NİTELİKLER GÖREVLER
	Genel	Özel	
<i>Kullanma Alanlarına Göre</i>			
Bilimsel alanda «kültür»	Uygarlık	Çin, Hint, Fransız, Batı ve İslam kültür ya da uygarlığı, gibi.	Tarihsel, bütünsel ve evrimsel.
Beşeri alanda ve günlük dilde «kültür»	Eğitim	Genel, mesleki ve teknik eğitim; tıp, hukuk, din, sanat ve fen eğitimi; örgün ve yaygın eğitim ya da öğretim, gibi.	Değerlendirici, eleştirici, geliştirici, öğretici ve yayıcı.
Estetik alanında «kültür»	Sanat	Gotik, Barok, Rönesans ve Modern sanat; resim sanatı, müzik sanatı, ilkel ve modern sanat; romantik ve gerçekçi sanat, gibi.	Eleştirici, yaratıcı, eğitici, değerlendirici güzel ya da güzelleştirici, estetik.
Maddi (teknolojik) ve biyolojik alanda «kültür»	Üretim	Avcılık, tarım ve endüstri kültürü «mikrop kültürü», «ekin kültürü», gibi.	Günlük toplumsal yaşamı destekleyici: üretici, deneyici, çoğaltıcı, çoğaltıcı ve besleyici.

Tablo 1. Çeşitli Kültür Kavramları ve Anlamları (Güvenç, 1999).

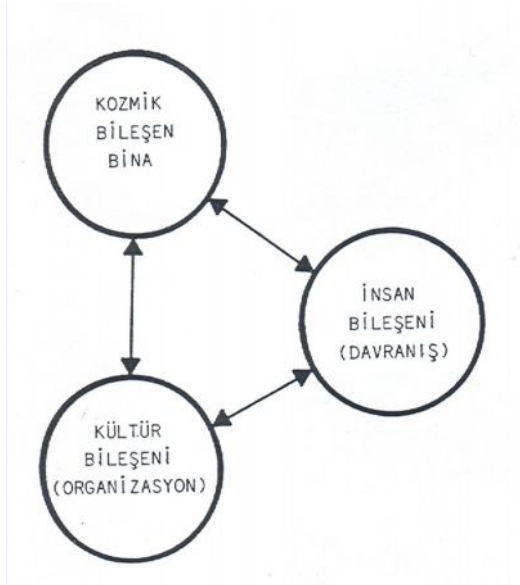
Yukarıda verilen tablodan da anlaşılacağı üzere kültür ülkemizde birçok farklı anlamda kullanılmaktadır. Tezin üzerinde durduğu kültür kavramı bütün bu

kavramlardan etkilense de Türk kahve kültürü değerlendirilirken öncelikle tabloda yer alan bilimsel alandaki kültüre denk düştüğü söylenebilir. Ayrıca Güvenç kültürün ilk akla getirdiği şeyin töreler olduğunu ortaya koymuştur. Daha da ilerleterek kültürün bir süreklilik ve bir süreci de ortaya koyduğunu belirtmiştir. Buradan yola çıkarak Türk kahve kültürünü yansıtırken Linton'a dayanarak “kültür bir toplumun tüm hayat biçimidir” ve de Marquet’ e dayanarak da “kültür, bir grubun yaşama biçimidir” denilebilir (Güvenç, 1999:100). Türk kahve kültürü hem bir gelenek ve görenek (töre) hem de bunların bir süreç içindeki devamlılığıdır denilebilir.

3.1.2 Kültür ve Mekan Etkileşimi

Bu çalışmada Türk kahvesinin ve kahvenin içildiği mekânlar olan kahvehanelerin biçimlenme değerlendirmelerini yaparken, bu analizin ait olduğu kültürden bağımsız ele alınamayacağı kesindir. Kültür bir toplumun hayat biçimidir derken bu hayat biçiminin birebir tasarlanan mekânları da etkilediği bir gerçektir.

Altman ve Chemers kültür ve çevre adını verdikleri kitaplarında çevre ve kültür arasında oluşan etkileşime dair örnekler sunmuşlardır. Bu örnekleri ortaya koymadan önce farklı kültürlerde yaşayan insanların farklı mekân algıları olduğunu belirtip daha sonra da kültür, çevre ve insanın aslında bir bütün olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu bütünün parçalarının birbirinden bağımsız değerlendirilemeyeceğini söyleyip; bu etkileşimlerin bir sosyal sistem oluşturduğu sonucuna ulaşmışlardır (1989). Sahap Çakın da (1988) çevre ve kültür birleşenlerini bir model ile sunmuştur.



Şekil 1. Çevrenin Birleşenleri (Çakın, 1988).

Ortaya konan bu modelde; kozmik faktörler insan dışında kalan mekân, zaman, enerji iklim ve birleşenleri gibi çevrede yer alandan bağımsız canlı ve cansız varlık ve oluşumlar olarak değerlendirilmiştir. İnsani faktörler ise insanın varlık olarak sahip olduğu etnik köken; bedensel sistemler ve davranış sistemleri gibi bütünü oluşturan özellikleri kapsamaktadır. Kültürel faktörlerde ise insanın hayatta kalma mücadelesinden de başlayıp birçok farklı alanda oluşturduğu eylem sistemleri ve bu sistemlerin anlamsal boyutlarını da kapsamaktadır. Çakın' a göre bu birleşenler sürekli etkileşim halindedir. Bu etkileşim eko denge olarak adlandırılmıştır (1988).

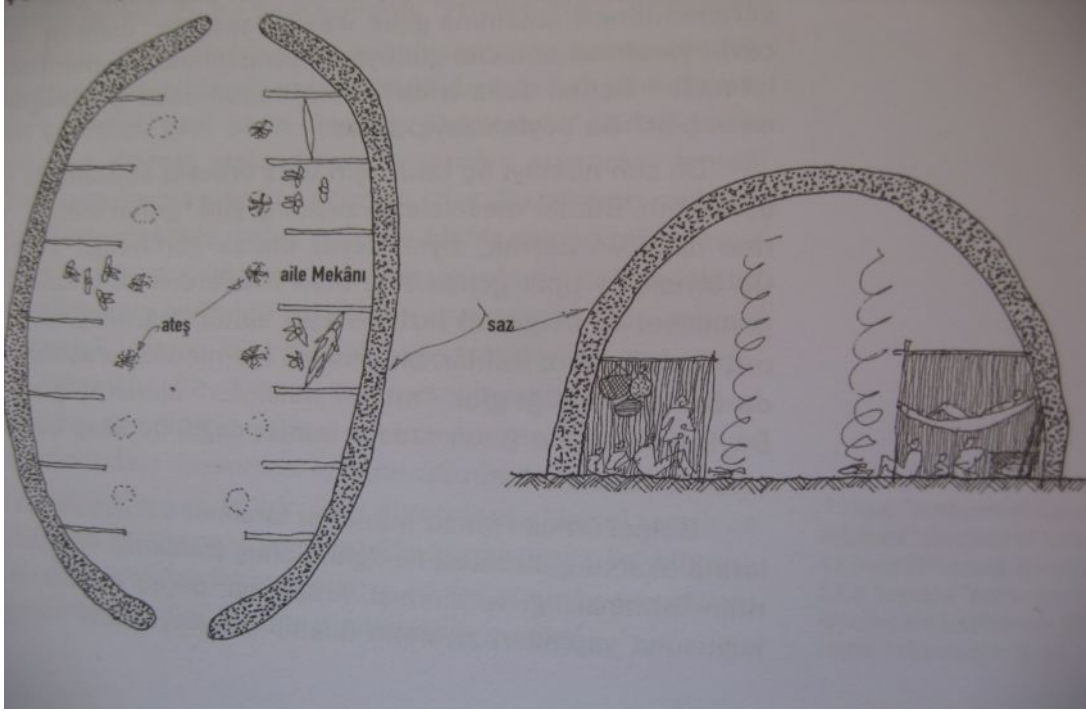
Altman ve Chemers çevre ve insan ve kültür etkileşimi üzerine oluşturdukları bu kitapta etkileşimi temel alan birçok örnek sunmuştur. Kitapta verilen örneklerden biri *Oglala Sioux Indians* kabilesinin tasarladığı çevrelerdir. *Oglala Sioux Indians* kültüründe yaşama mekânları dairesel formlara sahiptir. Bu kültürde insanlar çevrelerini dairesel formlarla biçimlendirmişlerdir. Onlara göre; dünya dairesel bir forma sahip, gökyüzü dairesel, güneş dairesel bir yörüngede hareket etmektedir. Kendilerine özgün kültürel bakış açısı onların dairesel mekân algısının gelişmesine sebebiyet vermektedir.

Kitapta sunulan bir başka örnek ise Afrika da yaşayan Mbuti Pigmelerinin çevresel algısı üzerinedir. Halk yağmur ormanlarının içerisinde yaşamaktadır. Yaşam çevresinin etrafı yoğun bitki tabakası ile örtülü olduğunda güneş, ay ve yıldızları zorlukla algılamaktadırlar. Bundan dolayıdır çevre bu kültürde yaşayanlar için

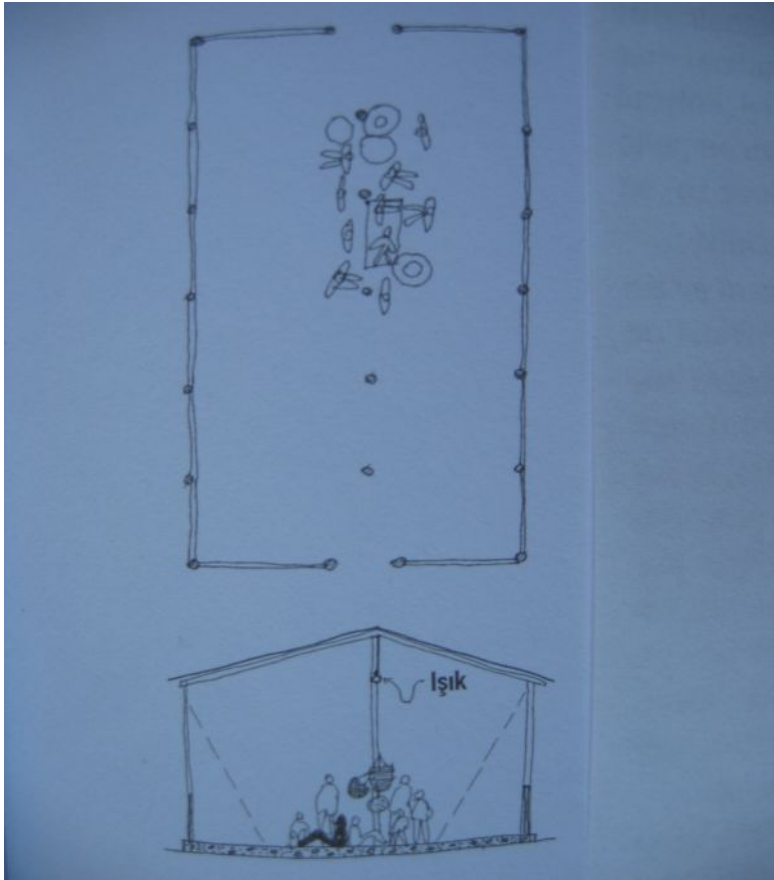
dikeyden çok yatay algıya daha yatkındır. Ayrıca birçok kültürde dinsel anlamlar yüklenen gökyüzü, yıldızlar ve güneş bu kültürde bir anlam ifade etmemektedir. Çevresel algıyı etkileyen kültürel anlamların oluşumu, bu kültürde dikey den çok yatay mekân algısının gelişmesine neden olmuştur.

Kültürün mekânlar üzerinde etkileri üzerine çalışan Amos Rapoport oluşturduğu birçok çalışmada bu etkileşimi ortaya koymuştur. Rapoport' un Kuzey Afrika yerlileri üzerine yapılmış inceleme çalışması üzerine değerlendirmeleri bu konuya bir örnek teşkil etmektedir. Fransız Mimarların Kuzey Afrika'da bulunan bir köy de yaptığı incelemelerde, köy halkı kadınlarının evlerine sağlanan su imkânından memnun olamadıkları görülmüştür. Bu memnuniyetsizliğin sebebi araştırıldığında; köy halkının peçeli kadınlarının su almak için gitti kuyu başında sosyalleştikleri ve evlere gelen su imkânı ile bu sosyalleşmenin ortadan kalkmasından dolayı memnuniyetsizlik yaşandığı belirlenmiştir. Burada görülmektedir ki kuyu başı mekânı köyün kadınlarının evlerine su temin etmek için kullandıkları mekândan daha fazlası olmuştur. Başka bir deyişle köy halkı bu mekâna kendi kültürel yaşamı doğrultusunda yeni bir fonksiyon yüklemiştir.

Bir diğer örnek de ise Kolombiya-Venezuela sınırında, Amazon ormanlarında bulunan Motilone yerlilerinin yaşam alanları üzerine yapılan değerlendirmedir. Montilone yerlilerinin kendi kültürlerine özgün tipik bir yaşama mekânı bulunmaktadır. Bu mekân birçok ailenin bir arada yaşadığı bir yapıdır. *Bohio* adı verilen bu yapı kendi içinde bölümleri olan ve sazlardan yapılmış bir yapıdır. Her bölümde bir aile yer almaktadır ve dairesel yapının merkezine doğru her ailenin ocağı yerleşmiştir. Böylelikle ateş ve dumanı aileler arasında bir görsel engel oluşturmaktadır. Toprak üzerinde bu yerleşimle yaşayan köy halkına daha iyi koşulların sağlanmasına yönelik bir çalışma yapılmıştır. Beton zemin üzerine ışıklandırılmış mekânlar tasarlanmıştır. Köylüler bir süre sonra bu mekânlarda yaşamayı reddetmişlerdir.



Şekil 2. Motilone Bohio'su (Rapoport, 2004).



Şekil 3. Önerilen Yeni Evler (Rapoport, 2004).

Yapılan araştırmalar sonucu, bu durumun farklı nedenleri olduğu ortaya çıkmıştır. Sazlıktan yapılan *bohıolar* birçok farklı yapı tipine nazaran daha serin bir sıcaklık derecesinde idi. Ayrıca sazlıklar yapıyı sineklerden korumaktaydı. Yeni yapıda sunulan aydınlatma seviyesi *bahıodakinden* daha fazla olmasına karşın bu durum ateşin getirdiği mahremiyetti ortadan kaldırmıştı. Ateş ve dumanın oluşturduğu mahremiyet ve de *bahıonun* yerlere kadar uzanan sazlıklarının verdiği yarı loş ortamın yok olması köylülerin rahatsız olmasına sebebiyet vermiştir. Hava sirkülasyonu sağlamak için sert duvarların kaldırılması da şiddetli yağmurların iç mekânı etkilemesine ve köy halkının orta mekâna kaçıp toplanmasına neden olmuştur. Böylece mahremiyet tamamen ortadan kalkmıştır.

Bir başka araştırma ise New York'da yaşayan Porto Riko'lu göçmenler üzerine yapılmıştır. Göçmenlere küçük olmasına karşın fonksiyonların doğru çözümlendiği daireler verilmiştir. Fakat Porto Riko'lu kadınlar mutfakta yemek pişirme eylemini misafirlerinin önünde yapmaktaydılar. Bu yemek pişirme süreci sıradan bir süreçten farklı olarak bir gösteriye dönüşmekte idi. Ayrıca mutfak büyüklüğü hiyerarşik bir statü göstergesiydi. Bu tür bir gösteri eylemine dönüşmüş yemek hazırlama Porto Rico'lu kadınlarının kültürel etkinliği olarak değerlendirilebilir. Bu örnekte kültürel bir eylem oluşumunun mekânda gerçekleştirilememiş olması kullanıcının bu mekândan yeterli miktarda tatmin olamamasına neden olmaktadır. Bu örnekten de anlaşılacağı üzere içinde bulunulan kültürden bağımsız bir mekân biçimlenmesi düşünülemez.

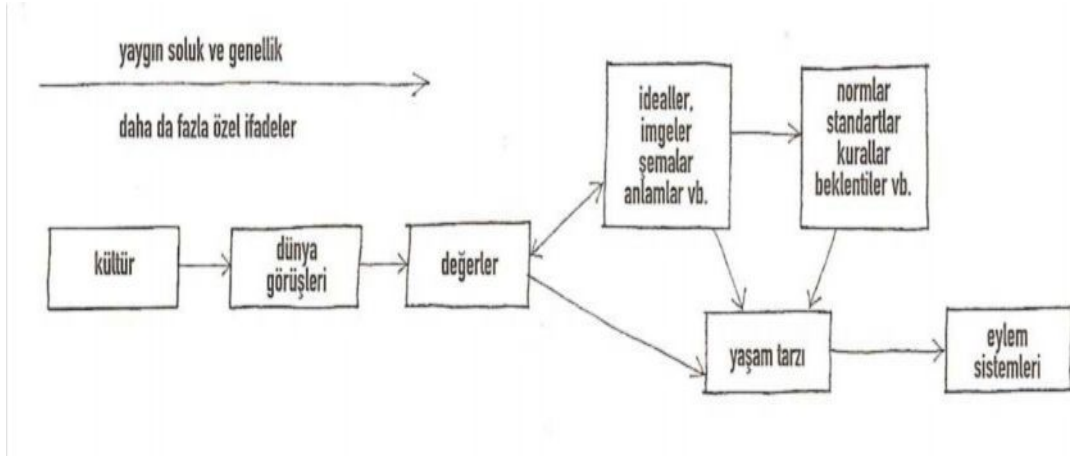
Rapoport' un da (2004) Kültür Mimarlık Tasarım adını verdiği kitabında yer verdiği gibi standartlar dahi ülkelere göre değişmektedir. Mekânların kullanım biçimleri kültürlere göre farklılaşmaktadır. Kullanıcılar arasındaki mesafeler, kişisel mekân anlayışları kültürlere göre farklılık göstermektedir. Örnek olarak, Güney Amerika da mekânlarda kişiler arası ilişki kurma mesafesinin Kuzey Amerika'ya oranla daha kısa olması gösterilebilir (Çakın, 1988).

Yukarıda anlatılan örneklerle dayanarak denilebilir ki, insanların kendi kültürlerine ait yaşama biçimlerinde oluşacak kesintiler kullandıkları iç mekânda tatminsizlikler yaşamalarına sebebiyet vermektedir. Güvenç'de şu sözleri ile bu düşünceyi pekiştirmektedir: "Kültür dendiğinde akla önce töreler gelir. Çünkü kültürün sürekliliğini gelenek ve görenekler sağlar." (Güvenç, 1999:102). Güvenç'e göre

kültür birçok temel ve psikolojik ihtiyacı karşılamaktadır. Kültürel kurumların ve ilkelerin denenerek başarıya ulaşmış çözüm yolları olduğunu belirtmektedir. Ayrıca psikolojik ihtiyaçlardan belli bir tatmin yaşanmadığı sürece alışkanlıkların devamı olamayacağını söylemektedir. Bütün bunlara dayanarak iç mekânların tasarımında kullanıcıya sunulan biçimlenmelerde belli bir tatmin sağlanamadığında, bu iç mekânın kullanımında süreklilik sağlanamayacağını kesin olduğu belirtilebilir. Burdurumda mekânlarda kültürlerin doğru yansıtılamaması bu mekânların kullanımında zorluklar oluşabileceğini düşündürmektedir. İnsanların kendilerini mekânlarda kültürleri aracılığıyla yansıtmaktadırlar.

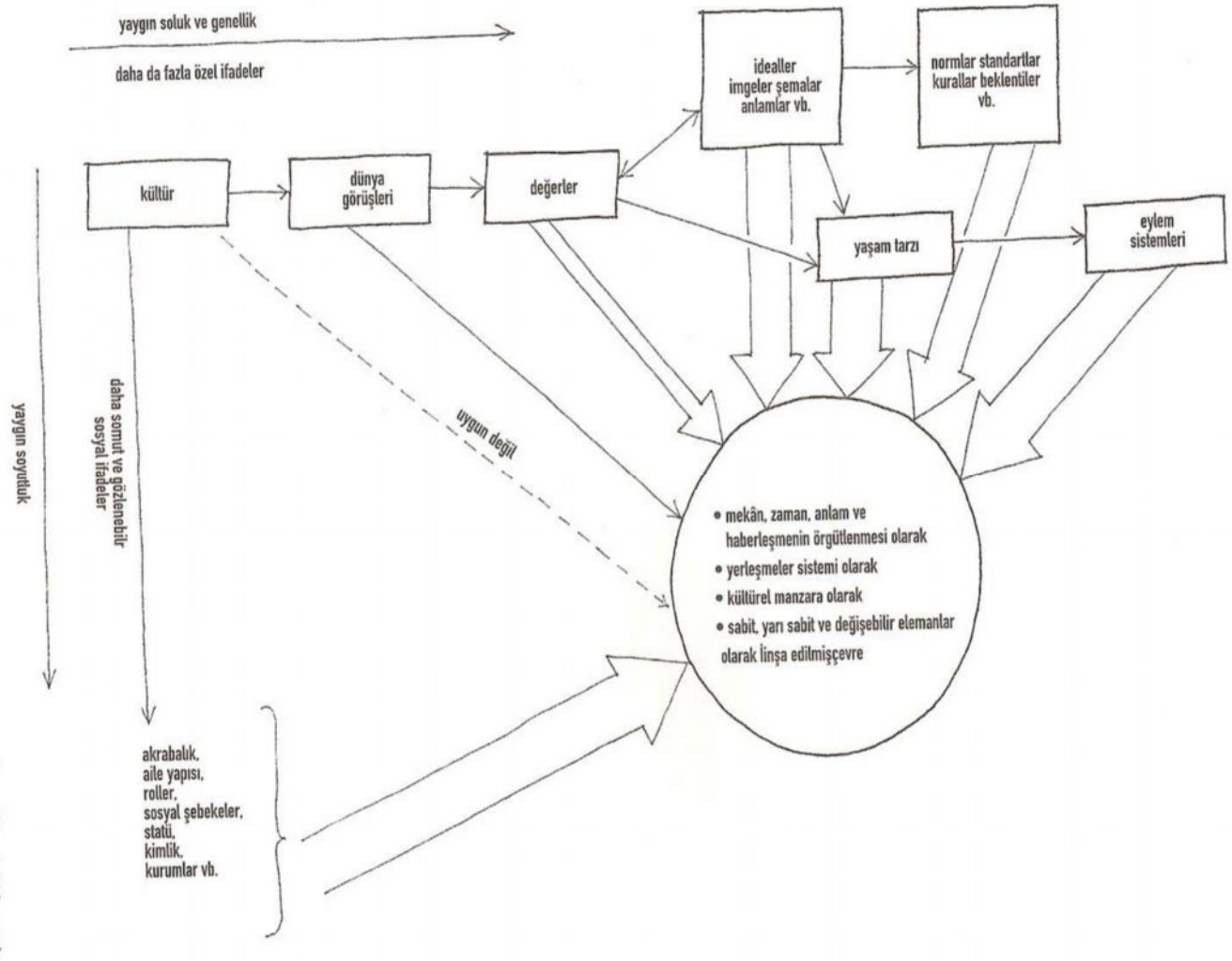
Rapoport'un (2004) mekân ve arasında oluşan etkileşim üzerine tasarladığı birçok modelde kültürün yeri temeldir. Modelde ilk olarak kültürün eylem sistemlerine olan etkisi ortaya konmaktadır. Bu modelde kültür eylem biçimlenmesinde temel etkileyen olarak yer almaktadır. Rapoport'a göre kültür ilk olarak dünya görüşlerini etkilemektedir. Daha sonra dünya görüşlerinin değerleri etkilediği görülmektedir. Rapoport değerleri idealler, imgeler, şemalar, anlamlar gibi kavramlar olarak kabul etmektedir. Değerlerin de normları, standartları, beklentileri ve kuralları oluşturduğunu belirtmektedir. Bir sonraki aşamada değerlerin ve norm, standartlar vb. yaşam tarzını etkilediği tablodan görülmektedir. Sonuç olarak yaşam tarzı da eylem sistemlerini etkilemektedir. Bu noktada tasarımcının temel çıkış noktası eylemlerin oluşum temelleri ortaya konmuştur. Bir mekânı oluştururken o mekânın hangi eylem için kullanılacağı tasarımcının en önde gelen biçimlenme kıstasıdır. Rapoport bu durumu şu sözleri ile ortaya koymuştur:

“Yaşam tarzı bizi eylemlere ve eylem sistemlerine götürür. Bunlar kültürün en somut ifadeleridir ve mimarlar ve plancılar eylem çözümlemelerini kullanmaya görece olarak alışkıdır. “ (Rapoport, 2004:105).



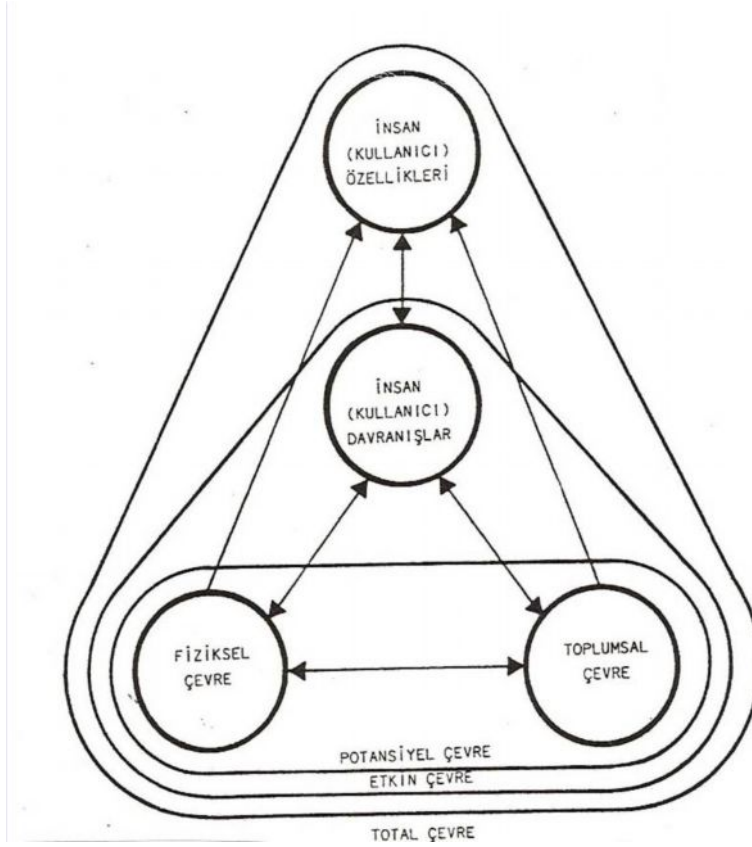
Şekil 4. Kültürün Parçalara Ayrılması (Rapoport, 2004).

Rapoport yukarıda oluşturduğu tabloyu bir aşama daha ileri götürerek inşa edilmiş çevrelerin oluşumunda etkili faktörleri bir şema üzerinde toplamıştır. Bunu yaparken kültürü de birleşenlerine ayırıp, bu birleşenlerle tasarlanmış çevreler arasında da ilişki kurulmuştur. Oluşturulan bu şekilde görülmektedir ki; kültür mekân oluşumunda kullanılan bilgi girdisini oluşturan birçok farklı faktörün biçimlenmesinde temeldir.



Şekil 5. Kültürün İfadesinin İki Ayrı Parçaya Ayrılma İşleminin Temsili (Rapoport, 2004).

Çevrelerin oluşumunda davranışların etkisi üzerine bir diğer şema da Şahap Çakın (1988) tarafından tasarlanmıştır. Bu şemada kültürün etkileri ve mekânı bir arada değerlendiren toplumsal çevre kavramı ortaya konmuştur. Çakın bu toplumsal çevre kavramını fiziksel çevre ve mekânsal davranışlarla etkileşim içinde olan bir kavram olarak değerlendirir.



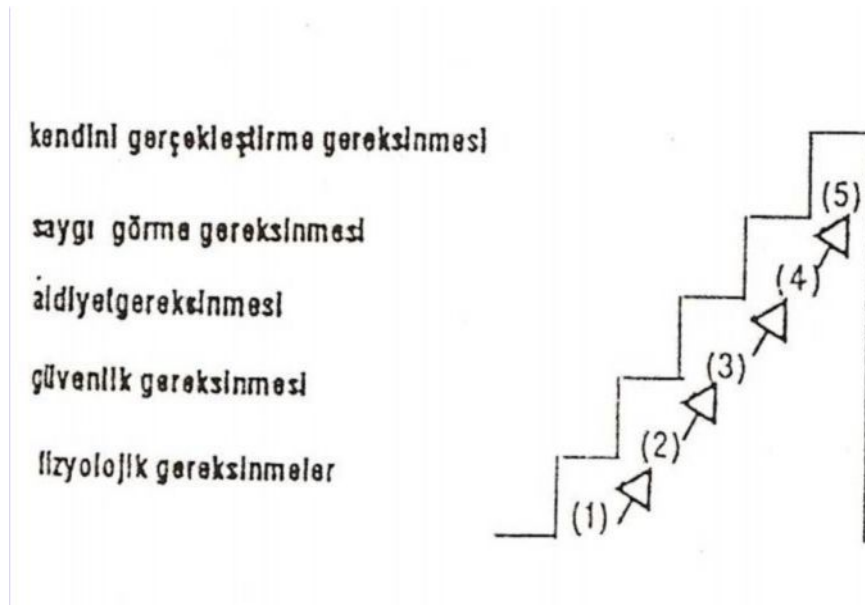
Şekil 6. İnsan Çevre Etkileşim Modeli (Çakın, 1988).

Yukarıda ortaya konan etkileşim modelinde kavramlar şu şekilde tanımlanmaktadır:

- İnsan Davranışları: Ya amaca yönelik bireysel veya toplumsal, örgütsel biçimde ortaya çıkmaktadır.
- Fiziksel Çevre: Gerek iklimsel, görsel, işitsel, gerek mekânsal özellikleri içermektedir.
- Toplumsal Çevre: İnsanlar arasındaki ilişki türleri ve toplumsal normlar ile kişinin içinde bulunduğu örgütsel ve kültürel yapıya ilişkin özellikleri kapsamaktadır.
- Potansiyel Çevre: Modeldeki, yeni inşa edilecek olan bir binanın gelecekteki kullanıcısı olarak düşünüldüğünde, ortada henüz toplumsal ve fiziksel çevrenin olmadığı görülecektir. Bu açıdan modelde, fiziksel, toplumsal çevre bütününe potansiyel çevre denilmektedir.
- Etkin Çevre: Binanın yapımı bitip, kullanıma açıldığında, kullanıcının davranışları ile potansiyel çevre arasındaki etkileşimi, etkin çevreyi oluşturacaktır.

- Tüm Çevre: Kullanıcının güncel yaşamında ve yakın çevresinde kolayca algılayamadığı, üst düzeydeki fiziksel ve toplumsal kültürel faktörleri içermektedir (1988:5).

Ayrıca Maslow'un gereksinim piramidine dayanarak; insanların ihtiyaçlarının bütününe kültürel etkiler taşıdığı söylenebilir. İlk bakıldığında beslenme, barınma, tehlikelerden korunma, güven duyma gibi ihtiyaçların her farklı kültürde var olan en temel ihtiyaçlar olduğu kesindir. Fakat bu ihtiyaçların gerçekleştirilmesinde kullanılan teknik ve yöntemler her kültürün kendisine özgüdür. Buradan yola çıkarak mekân tasarımında ihtiyaçların anlaşılması ve doğru gerçekleştirilebilmesinde kültürü anlamak önemlidir.



Şekil 7. Maslow'un Gereksinim Piramidi (Enis Arcan, 1992)

Fizyolojik Gereksinimler: Beslenme, barınma, giyinme gibi en temel gereksinimleri içermektedir.

Güvenlik gereksinimleri: Tehlikelerden korunma, güven duyma gereksinimi.

Sevgi, ait olma gereksinimi: Ait olma, beraberlik, arkadaşlık gibi toplumsal gereksinimlerdir.

Saygı gereksinimleri: Öz saygı ve beğeni, kazanılmış bilgi ve becerilerin tanıtılması gibi benlik gereksinimleridir.

Kendini gerçekleştirme gereksinimleri: Yaratıcı yeteneklerin kullanımı ile kişisel doygunluğa erişme gereksinimlerini kapsamaktadır.

Yukarıda verilen Porto Riko' lu kadınların mutfaklarını kullanırken kendi kültürel kimliklerini yansıtamamalarından doğan sıkıntı yer almıştır. Bu sıkıntının kullanıcıların mekân içerisinde saygı, ait olma ve kendini gerçekleştirme gereksinimini gideremedikleri için ortaya çıktığı açıktır. Yukarıda Maslow' un beş aşamada tabloda da ortaya koyduğu bütün ihtiyaçların gerçekleştirilebilmesi için içinde bulunulan kültürün özelliklerinin iyi derecede anlaşılması önemlidir.

Tezin çıkış noktası olan kahve Osmanlı topraklarına 16. yüzyılda gelmiş ve halen kullanılmakta olan bir içecektir. Ülkemize geldikten sonra zaman içinde değişime uğramış ve kendine özgü pişirme, sunum, içim gibi teknik farklarla dünyada da bilinen Türk kahvesi halini almıştır. Bu ülkeye özgün olan ve pişirme sunum gibi teknikleri ülkenin zaman içerisinde kendi ihtiyaçları doğrultusunda geliştirdiği ve kesintisiz olarak günümüze gelen bu içeceği kültürel bir unsur olarak görmek uygundur.

Ayrıca kahve ülkede sadece bir içecek olmaktan daha ileri bir noktada yer almıştır. Daha öncede belirtildiği üzere; kahve içmek için tasarlanan kahvehane mekânları en önce sosyalleşme gibi önemli bir gereksinimine karşılık olmuştur. Kahvehaneler üzerine kitaplar yazılmış; kahveyle ilgili birçok atasözü bulunmaktadır, kültürümüze özgün evlilik öncesi kız isteme töreninde de misafirlere evlenecek kızın Türk kahvesi sunması bir gelenektir. Başka bir deyişle, Türk kahvesinin halkın gündelik yaşamında belirgin bir yeri vardır. Bundan dolayıdır ki, Türk kahvesinin kültürel bir unsur olduğu kesindir.

Bu noktada kültürel kimlik kavramını irdelemek de önemlidir. Kültürel kimlik kavramını değerlendirirken ilk olarak kimlik (identity) kavramının tanımlanması gereklidir. Kimlik kavramı kişinin ya da grubun kendini başka kişi ya da gruplardan farklı görme durumu olarak nitelendirilir (Rapoport, 1982). Bir adım daha ileri giderek; kimlik kişinin ya da grubun kendini sosyal ve fiziksel çevrelerde de diğer grup veya kişilerden farklı ifade etme durumudur denilebilir (Scott, 1971). Ayrıca, farklı kimlik oluşumunda farklılığı yaratan, bir içerik ve sınır gerekliliği de vardır. Bu noktada içerik, grubun kimliğinin içinde barındırdığı bütün olarak değerlendirilebilir. Schlesinger kimlik oluşumunun bu karşıtlıklar ve sınırlar yoluyla oluştuğunu şu sözleri ile belirtir:

“Kimlik içermenin olduğu kadar dışlamanın da ürünüdür. Bundan dolayı etnik grubu öbür gruplar açısından tanımlayan şey, araya konulmuş olan toplumsal sınırdır...”. (1987:235).

Kimlik kavramını sunulduktan sonra kültür ve kimlik kavramlarını bir arada kültürel kimliği tanımlayacaktır. Kültürel kimliğin kapsamlı bir tanımı Unesco ve Mimarlar Odasının bir arada yaptığı şu tanımdır:

“Bir insanın yerel, bölgesel ulusal topluluğuyla ve bu topluluğu belirleyen ahlaki ve estetik değerler ve dille kendiliğinden özdeşleşmesi, bu topluluğun tarihine, geleneklerine, törelerine ve yaşam tarzlarına sahip çıkma biçimi ortak bir yazgıya katlanma, bu yazgıyı paylaşma ya da değiştirme duygusu sürekli olarak kendini görüntüsünü yansıtan; eğitim yoluyla kişiliğini oluşturmalarını ve çalışarak bu kişiliği geliştirmesini sağlayan kolektif bir ben de yansıma biçimi, işte kültürel kimlik her şeyden önce budur”.

Bu bağlamda, kültürü özgün bir gruba ait değerlerin bütününe kapsayan büyük bir oluşum olarak kabul ettiğimizde, bu özgün grubun kimliğinin o grubun kültürünün yansıması olduğu söylenebilir. Böylece kimlik tanımının içerisinde anılan içerik kısmının bu durumda kültürü de barındırdığı düşünülebilir. Kısacası “insanın kültürel kimliği, içinde bulunduğu topluma ait değerlerin ve gelenek göreneklerin getirdiği alışkanlıkları kapsayan bir bütün olarak değerlendirilebilir.” (Ayalp, 2006:102).

Önceki bölümde verilen birçok kahvehane çeşidinde birebir mekânın kullanıcının kültürel kimliğiyle bağlantılı olduğu görülmektedir. Örneğin Osmanlı’da ramazan ayı açılan geçici kahvehaneler ve burada yapılan eğlenceler halkın kültüründe önemli bir yere sahip dini inançlarının getirisiidir. Bu mekânlar mekânın kullanıcısının dinen önemli olan ramazan ayını etkinliklerle geçirme, o ayı diğerlerinden farklı kılma ihtiyacı doğrultusunda oluşturduğu mekânlardır. Görüldüğü üzere; mekânın biçimlenmesi bir yana, ortaya çıkması bile kültürel kimliğin bir yansımasıdır.

İnsan için tasarlanan mekân, içinde bulunduğu kültürel kimlikten bağımsız biçimlenemez. Kültür oluşumunda mimarlığın yeri ve önemini Özer şu sözleri ile vurgulamaktadır:

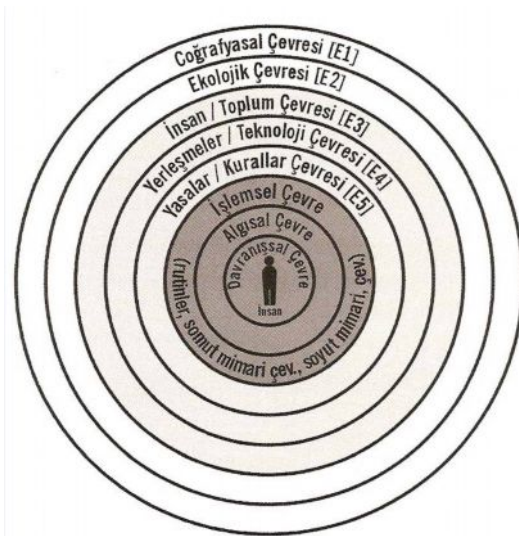
“Uygarlığı direkt etkisi altın alan kültür dallarının belki de en önde geleni mimarlıktır. İnşaat yöntemleri, araçları, malzemeleri gibi faktörler mimarinin aynı çağda bile ülkeden ülkeye, bölgeden bölgeye, şehirden şehre ve mahalleden mahalleye büyük farklılaşmalar görebilmesini mümkün kılmıştır. Yine bu nedenle, mimari tasarlama tarih boyunca önemli değişikliklere uğramış, teknoloji zaman zaman üslup yapıcı etken niteliğinde son sözü söyleyerek estetiğin, semantiğin belirleyicisi olmuştur”. (1999:9).

Özer’in (1999) sözlerine dayanarak denilebilir ki; mimarlık ve kültür arasında gülcü ve çift yönlü bir etkileşim bulunmaktadır. Kültürel kimliğimizin öğelerinden olan kahvehaneleri değerlendirirken bu kültürel kimliği doğru değerlendirmek temeldir.

3.2. İNSAN VE ÇEVRE ETKİLEŞİMİ

Psikoloji biliminin alt dallarından biri olarak anılan ve insanla yaşadığı çevre arasındaki ilişkiyi inceleyen Çevre Psikolojisi, yeni gelişmekte olan bir alandır. Bu tezde de Çevre Psikolojisi disiplininin ortaya koyduğu tanımlardan faydalanılacaktır.

Çevre kavramı birçok farklı boyutta tanımlanabilir. Gerek ölçek, gerekse işlev yönünden birçok değişkenleri içinde barındıran çevre kavramı; “... genel olarak kişi üzerinde etki yapan dış etkenler topluluğu ve duyu organlarımız aracılığı ile bizi etkileyen nesne, kuvvet ve koşulların tümüdür” (Bozdayı, 2004:14). Gür, yaptığı çalışmada insan ölçeğini temel alan ve birbirini kapsayan kategorilerden oluşan çevreleri bir arada değerlendirmektedir.



Şekil 8. İnsana Bağlı Varoluşsal Çevre Düzeni (Gür, 1996).

Yukarıda tanımlanan soyut mimari çevre kullanıcının yakın çevresi olan mekandır. İnsan ve mekân arasında karmaşık bir etkileşim vardır. İnsan mekânı tanımlar, mekân insanı tanımlar; insan mekânı anlamlandırır, mekân insanı anlamlandırır. Başka bir deyişle, insan ve mekân arasında kültürel, psikolojik, ekonomik ve fiziksel boyutta karmaşık ve çift yönlü bir etkileşim vardır. Kültürel etkilerin yoğun olarak görüldüğü kahvehaneler, bu çift yönlü etkileşimin kolaylıkla algılanabileceği mekânlardır.

İnsan ve mekân arasındaki etkileşimi irdelemeden önce mekânın mimarlıktaki önemini ortaya koymak daha doğru olacaktır. Bofil'e (alıntı Toorn ve Bouman, 1994) göre mekân mimarideki en önemli unsurdur. Bu değişini şu sözleri ile vurgular: "Mimari mekânı tanımlar, mimari mekândır, boşluk var olmaz, mekân olur." (1994:330). İnsan, fiziksel objelerden çok, kendisini çevreleyen, sembolik anlamları destekleyen mekânı algılar; mekân mimarinin yasayan ruhudur (Rokoko alıntı Toorn ve Bouman, 1994). Devan (1980) der ki

"İç mekân insanlarla sessizce iletişim kurar. Mekânlar sadece şekilleriyle, renkleriyle ya da görüntüleriyle değil; davranışları desteklemekle, hayat tarzlarını organize etmekle ve hatta hayalleri bile meydan okuyarak insanların içlerinde zevk almasına katkıda bulunup, büyümelerini sağlar."(7).

Her ne kadar mimarlık, çoğu zaman sadece insanların barınmalarına uygun mekânlar yaratmak eylemi olarak algılsa da insanlara bundan daha fazlasını verme gücüne sahiptir. Utarit İzgi'de (1999) mimarlığı toplum ve birey olarak onu oluşturan yaşamıyla ilgili işleve ve etkinliklerin gerçekleşeceği mekânı ve çevresini, inşa etmek, düzenlemek, organize etmek sanatı ve eylemi olarak tanımladıktan sonra bu tanımlı yeterli bulmayıp mimaride yapı eyleminin nesnel amaçlarını aşan, duygusal, öznel ve estetik değerleri kapsayan ve bir ürün elde edilmesiyle tamamlanan bir sentez olarak tanımlamayı uygun bulmuştur. Ayrıca mekân ve etkileşimi üzerinde de durmuş ve bu etkileşimi iki ana tema altında toplamıştır:

- Yapı bir organizma gibi mesajlar ileterek iletişim organı olur.
- İnsanda yaradılışına, deneyimlerine, eğitimine bağlı olarak düzeyi değişen bir algılama odağına dönüşür (1999:94).

Bir iç mekân olarak kahvehane ele alındığında görülecektir ki bu mekanların kendilerine has bir kullanıcı tipi bulunmaktadır. Özellikle kahvehaneler gibi kültürel

kimlikleri öne çıkan iç mekânlarda kullanıcı profilinin mekânın oluşumunda direkt etkisi olduğu söylenebilir.

3.2.1. İnsan ve Çevre Etkileşimi Üzerine Yapılan Teorik Çalışmalar

İnsan ve çevre etkileşimi üzerine en yoğun çalışma, çevre psikolojisi disipliniinde gerçekleştirilmiştir. Bu disiplinde mimari mekân, davranışların içinde barındırılması için inşa edilmiş bir çevre olarak tanımlanır. Çoğunlukla çalışmalarda temel amaç bu etkileşimi analiz etmek ve mekân tasarımında yüksek kullanıcı tatminini sağlamaktır. Gifford'a (1986) göre, insanların çevre kişiliklerini bilmek; onların farklı çevrelerdeki performanslarını en iyi şekilde belirlemeye izin verir.

Bu tezde ele alınan kahvehaneleri iç mekân bağlamında değerlendirebilmek için çevre psikolojisi kavram ve disiplininden yardım almak gereklidir. Kahvehane iç mekânlarının nasıl biçimlendiğini anlamak, anlamlandırmak ve kullanıcısı ile arasında var olan etkileşimi analiz etmek için ortaya bir takım teoriler konacak ve bunlar, söz konusu disiplinler yardımıyla çözüme kavuşturulacaktır.

Tarih boyunca, insan ve mekân etkileşimi üzerine kavramsal bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu etkileşimin üzerine yapılan en önemli teorik çalışmalardan biri psikolojisi disiplini tarafından ortaya konulmuş geçirgenlik (transactional) teorisini temel alan yaklaşımdır. Bu teorik yaklaşımda ana fikir, mekân ve insanın bir bütün halinde algılanması ve bu noktadan hareketle mekânın, kullanıcısı tarafından anlamlandırılarak şekillendirildiği düşüncesinin savunulmasıdır. Moore'a göre, insanların davranışları direkt fiziksel çevreyi veya fiziksel çevre direkt insan davranışlarını etkiler. Böylelikle insan davranışları mekân biçimlendirmesinde önemli bir rol oynamaya başlar. Bu teorik yaklaşımda insan-çevre etkileşimi ve davranışlar şu şekilde ortaya konur:

“Davranış sadece biyolojik faktörlerin, çevresel faktörlerin, ya da bunların ikisinin de fonksiyonu olmaktan çok daha fazlasıdır; davranış biyolojik, kişisel, sosyal, konum ve kültürel farkların her birinin konteksi içinde ve her birinin süregelen ve çevre etkileşimi konteksi içinde tanımlanır. Bu etkileşim teorileri ve çevreyi birbirine bağımlı tanımlar...” (Moore 1987:1378).

Bir diğer önemli teori ise Çevresel Psikoloji alanında temel oluşturan Barker'ın davranış ortamı (Behavior Setting) teorisidir. Bu teoriye göre davranış ortamı,

insanların davranışlarıyla objeleri birbirlerine bağlayan bir ünedir. Ayrıca bu kavramın tanımı, mekân içi davranışların sürecini de kapsar. Rapoport'a (1990) göre davranış ortamı, mekân içinde devam eden aktivitelerin durumuna uygun ortam tanımlar ve ortamın getirdiği ipuçları ile iletişim kurar. Barker'ın çalışmasına göre aktivite ve yeri birleştiren davranış ortamı şunları içerir:

- Tekrarlı oluşan aktivite
- Çevrenin belirli bir planı
- İkisi arasında ahenkli bir ilişki
- Spesifik zaman periyodu.

Başka bir deyişle davranış ortamı kavramı, farklı zamanlarda farklı davranışların barındığı ortak bir mekân olabilir. İnsan ve mekân etkileşiminde bu kavram, insanların mekân içinde yaptıkları aktiviteleri ön plana çıkaran bir yaklaşımdır. Bu teori, insanların zaman içinde süreklilik gösteren aktivitelerinin de mekân tasarımında önemsenmesinin gerekliliğini ortaya koymuştur. Davranış ortamı analizleri, tasarımcıların insanların mekânı kullanırken onu nasıl şekillendirdiğini anlamaları bakımından önemlidir. Böylelikle bir sonraki tasarımda, insanların tanımlı çevrelerdeki davranış eğilimlerini, temel alarak tasarım sürecini sağlıklı bir şekilde yönlendirebilirler. (Alexander ve Poyner, alıntı Lang, 1987).

Bir başka önemli nokta da insanların mekânları kendi kişilikleri üzerinden anlamlandırmasıdır. Anlam, aktivite ve yer sisteminden izole edilemez; dünyayı, ürettiğimiz ve tekrar ürettiğimiz sosyo-psikolojik çevreler üzerindeki aktivitelerimiz üzerinden anlamlandırırız (Rapoport, 1990). Geçirgenlik teorisinin çevre etkileşimine algı odaklı yaklaşımları ilişkinin tanımlanması açısından önemlidir. Bu yaklaşım insanların çevrelerinden topladıkları bilgilerin sembolik anlamları üzerinden çevrenin anlamlandırılmasını; bu anlamların duygusal tepkileri etkilediği ve motivasyon oluşturup ihtiyaçlara yönelik uyarılar meydana getirdiği ortaya koymaktadır. Kısacası, insanlar bulundukları çevreyi anlamlandırırken anlamlı ilişkilerin oluşturduğu dokular üzerinden algılarlar. Teorik yaklaşım, bu algının o çevrede davranışı biçimlendiren motivasyonları oluşturabilmesi, bir başka deyişle eski tecrübelerden oluşan algıların yenileri için taban oluşturması temelli bir yaklaşımdır. İnsanlar kendi kişilikleri üzerinden mekânlara anlam yüklerken onların

mekân olmaktan çıkartıp kendilerini ifade edebildikleri yere dönüştürürler, böylelikle ve mekân arasında özgün bir etkileşim oluşur.

Etkileşimi tanımlamanın dışında bu etkileşimin boyutlarını ölçme odaklı araçlarda da geliştirilmiştir. Bunlarda biri McKechnie (alıntı Gifford,1974) tarafından geliştirilmiş Çevresel Tepki Keşifçisidir (Environmental Responce Inventory). McKechnie bu çalışmasında kullanıcılara binaların renkli slâytlarını gösterip, onları çeşitli boyutlarda derecelendirmelerini istemiştir. Bu çalışma çevre ve arasında kurulacak yeni bir etkileşim sürecinde tasarımcıya yol göstermesi amaçlıdır. Başka bir çalışma Kaplan (alıntı Gifford, 1977) tarafından ortaya konulmuştur. Bu çalışma Çevresel Tercihler Sormacası (Environmental Preference Questionnaire) olarak adlandırılmıştır. Yöntemi kullanarak Kaplan farklı EPQ skorları olan insanların sadece aktivitelerinde farklılaşmayıp aktiviteyi seçme nedenlerinde de farklılık olduğunu ortaya koymuştur. Halen günümüzde de kullanılan en önemli araçlardan biride kullanıcı sonrası (Postoccupancy Evaluation) değerlendirmedir. Bu çalışmada diğerleri gibi kullanıcının mekânsal isteklerini, değerlendirmelerini, beğenilerini ortaya çıkartmak odaklıdır. Temel amaç sonuçlardan ortaya çıkan verilerin bir sonraki tasarımda girdi olarak kullanılıp insanlarla mekânlar arasındaki etkileşimi maksimum tatmin ile sonuçlandırmaktır.

Sommer daha da ileri giderek tasarım sürecinde insanın direk yer almasına odaklı bir kavram ortaya koymuştur ve bu kavramı sosyal tasarım olarak adlandırmıştır. Kavram insanlar için tasarlamaktan çok insanlarla birlikte tasarlamak odaklı; onları mekânları planlama ve idare etme sürecinin içine almak; onlara sosyal, fiziksel ve doğal çevreyle dengeli ve yüksek performanslı ilişki kurmalarının ve kullanmalarını öğretmek; onları çevre ve içinde bulunan varlıklar hakkında bilinçlendirmek ve onlara aktivitelerinin çevreyi nasıl etkilediğini göstermek amaçlarını güden bir kavramdır. Sommers'a göre mimarlar kendilerine sadece güzel binalar ortaya koymaya odaklanmışlardır, mimarlıkta binanın kullanıcısı unutulmuştur (alıntı, Gifford, 1987). Bu kavramda ulaşılmak istenen amaçlar:

- Fiziksel çevre ile kullanıcının ihtiyaçları ve bunların doğurduğu aktiviteler arasında uygunluğu sağlamak
- Kullanıcı tatminini sağlayabilmek

- Kullanıcının davranışlarını değiştirebilmek; çalışma verimini artırma, sosyal etkileşimi güçlendirmek.
- Kişisel kontrolü sağlayabilmek
- Sosyal desteği güçlendirmek.

İçinde yaşam süren mekânın, mekândan çok daha fazlası olduğu kuramsal yaklaşımlarla ortaya konmuştur. Yaşanan mekânın kullanıcı için artık mekân olmaktan çok içersinde pek çok anlamların yüklü olduğu bir yere dönüşmektedir ve zaman içinde bu yer duygusunun gelişerek mekânla arasında bir bağ oluşturabileceği ortaya konmuştur.

3.3. MİMARLIKTAKİ YER ve YER KİMLİĞİ KAVRAMI

Bu bakış açısıyla etkileşim ele alındığında mekândan çok mekânı, zamanı ve insanları içine alan bir yer (place) kavramı ortaya çıkmaktadır. Hay'e (1998) göre mekânın içine insan faktörü girdiği zaman mekân mekândan çok yer olamaya başlar. Law ve Altman (1992) yer kavramını kişisel, grup ya da kültürel prosesler üzerinden anlamlandırılan mekân olarak tanımlamışlardır. Başka bir deyişle, insanlar mekânları bir süreç içerisinde yerlere dönüştürebilirler. Böylece kullanım süreci içerisinde insanlar kendi yer kimliklerini yaratarak mekânları kendi yerleri haline dönüştürürler. Bu prosedür literatürde yer-kimliği (place identity) olarak tanımlanır. Bu tanımlamada kimlik; uyma (yerleşme), özümseme (asimilasyon) ve sosyal dünyayı değerlendirme ile gelişen, zaman içinde hareket eden biyolojik bir organizma olarak nitelendirilir (Twigger-Rose ve Uzell, 1996:212). Yer oluşumu insanın belli bir çevreye karşı oluşturduğu tavrı olarak adlandırılabilir. Fakat mimari tasarım sürecinde yerden çok mekân kavramı üzerinde durulduğu için kullanıcı ile mekân arasında sağlıklı ilişkiler kurulamamaktadır. Yer kavramı temelinde sadece fiziksel olgudan çok duygusal faktörleri de içinde barındıran bir kavramdır. Hay yer kavramının oluşumunda etkisi olan 3 faktörü şu şekilde nitelendirir:

1. Yerde ikamet etme statüsü (yüzeysel, kısmi, kişisel, geçmişten gelen yer duygusu)
2. Yaş statüsü; gelişen bir yaşam döngüsü olarak
3. Yetişkinlikte gelişen bağlar; çoğunlukla evlilik

Mekân ve zaman ne anlama gelirse gelsin, yer ve durum daha fazlasını anlatır. İnsan algısında mekân yerdir, zaman da durumdur (Van Eyck, 1962). Yer kavramında zamansallık önemli bir olgudur. İnsanların zaman organizasyonu, onların zamanı nasıl değerlendirdikleri ve nasıl ünitelere böldükleri ile iniltidir. İnsanlar tempoları ve ritimleri değerlendirir. İnsanlar sadece mekânlarını, yaşamlarının coğrafyasını değil, yaşamlarının zaman-mekânını (yer) yaratırlar. (Dorren, 1998). Kısacası ve mekân etkileşiminde yer kavramı temeldir. Yer ve mekân arasında yer alma sürecinde bir bağıdır. Yer insanın mekân kullanımında oluşan mekânın bir boyutu olarak algılanmalıdır.

Mekânın yere dönüşümü üzerine farklı birçok faktörün kapsandığını Cansever de ortaya şu sözleri ile ortaya koymaktadır;

“ Bir İslam mekânında ilgilenilecek konu, Rönesans ya da Barok dönemi Hristiyan mekânı için söz konusu edilen anlamda, o mekânın biçimi değil, o sonsuz mekân içindeki mimari unsurların çeşitli özellikleri, mesafe ve yönleri, bunların içinde ve dışında insanın kendini nasıl algıladığı, nasıl hareket ettiğidir. Rönesans mekânı, onu tarif eden duvarlarla tamamlanmış, bir anda kavranan tek anlık bir olayken, İslam dünyasında bir yer, ancak tarihi bütünlük içinde ve fizik çevrenin tümüyle beraber vardır. ‘Yer’ belirleyen yerin çevresinde ve içinde, tarafından gerçekleştirilmiş yapılar, Rönesans yapılarında olduğu gibi tek cepheleriyle değil, tüm cepheleriyle, yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarı ve içlerinde görülerek anlaşılabilir.” (Cansever 1992:154).

3.4. YERE BAĞLILIK KAVRAMI (PLACE- ATTACHMENT)

Mekân ve etkileşimi arasında ortaya çıkan yer kavramıyla bağlantılı olan başka bir kavram da yere bağlılık (place-attachment) kavramıdır. Temel olarak yere bağlılık kavramı yer ve kullanıcı arasında oluşan bağı temsil eder. Burada bağlılık etkiyi vurgular, yer kelimesi ise insanların duygusal ve kültürel olarak bağlandığı çevredir. (Altman ve Law, 1986). Yere bağlılığın oluşma sürecinde 4 önemli faktör vardır bunlar: (1) biyolojik (2) çevresel (3) psikolojik ve (4) sosyokültürel. (Altman ve Law, 1986). Brown ve Perkins’e göre yere bağlılık artı yönde deneyim edinilen bir bağıdır; bazen farkında olunmadan oluşur; gruplara ve sosyofiziksel çevreler arasında davranışsal etkili ve algısal bağlardır. Bu bağlar stabil ve dinamik yönleri olan kişisel ya da komin kimlik oluşumunda bir iskelet oluşturur (alıntı, Altman ve Law, 1986). İnsan ve çevre ilişkisi olarak yere bağlılık ile ilgi oluşturulan bir modelde kavram şunları içerir:

“ ... stabil kalma beklentisi, pozitif etki duygusu, lokasyon hakkında büyük miktarda bilgi ve lokasyonu korumaya hizmet eden davranışlar”

Yere bağılılık kavramında en önemli faktörlerden biri de zamandır. Yere bağılılık kavramı zamanla ve zamanın içerisinde değişim gösterir. Başka bir deyişle bağılılığın doğası, anlamı ve farklılaşması yaşam döngüsü ile birlikte ve sosyal kültürel değişimlerle zaman içinde oluşur, gelişir, geriler ya da yok olabilir.

Yere bağılılık kavramı ne kadar kuvvetli olursa, insanın bu yerde bulunmaktan aldığı tatmin o oranda güçlü olur ve gelecek içinde yerde stabil kalma beklentisini artırır (McAndrew,1993). Belirtilen yer ve yere bağılılık kavramlarını etkileşim içerisinde irdelerken ortaya şöyle bir tanı konabilir; eğer ki bir insan belli bir çevreye bağılılık hissederse aynı zamanda kendi kişiliğini bu çevre üzerinden vurgulayabilir ve kolayca bu mekânı kendi yeri olarak isimlendirebilir.

4. İÇ MEKANDA İMAJ OLUŞUMU

Bu bölümde kahvehane imajının oluşmasında etken olan teorik bilgiler aktarılacaktır. İlk olarak imaj oluşumunda temel olan algı, biliş, bilişsel semalar tanımlanacaktır. Daha sonra anlam ve dok kavramları ortaya konacaktır.

4.1. MEKAN ALGISI

Mekân ile insan arasında kurulan ilk bağ olan algı birçok farklı disiplinde ve farklı düzeylerde araştırma konusu olmuştur. İnsan algısı temelinde fizyolojik bir olgu olarak değerlendirilse de algılama süreci içinde psikolojik bir boyutta barındırmaktadır. Husserl'e göre mutlak bilgi algıdır. Yapılan kimi araştırmalar algıyı, algılanan mekânla bütün değerlendirirken; diğer bir kısmı da algılamanın en temel unsurunu kullanıcının sahip olduğu eski tecrübeleri ve bilgileri olduğunu belirtmektedir. Tezin konusu göz önünde bulundurulduğunda; algı konusunu mekânsal algı boyutunda değerlendirmenin gerekliliği görülmektedir.

Mekân ve insan arasında ilk etkileşimin temelinde uyarılma ve kullanıcının bu uyarıyı algılamasında yatar. Mekânda tasarlanan her öge aslında kullanıcı için bir uyarıcı (stimulation) niteliğindedir. Mekânın fonksiyonu, organizasyon şeması, içerisinde kullanılan renkler, malzemeler (renkleri ve dokularıyla), aydınlatma ve bütün bu elemanların bir araya geliş biçimleri birer uyarı elemanıdır. Roger Scruton der ki; "mimari bir tecrübeyi tanımlamak temel algılama sürecini tanımlamaktır." (1979).

Gifford bu alanda yapılan pek çok çalışmayı inceledikten sonra teorileri bir arada sınıflandırmıştır ve bu sınıflara öncü olanları Uyarı Teorileri olarak değerlendirmiştir. Uyarı Teorileri (Stimulation Theory) de mekânı uyarı yoluyla elde edilen bilgilerin bir kaynağı olarak değerlendirir. Bu mekanizma iç mekân ölçeğinde değerlendirildiğinde tasarım öğeleri; ışık, renk, doku, donatılar ve bunların dokuları ve malzemeleri bütününden oluşan uyarıların hem bir arada, hem de tek tek birer algı oluşturulduğu söylenebilir. Ayrıca bu teoriler uyarıyı iki farklı tip altında sınıflandırır; bunlardan biri basit uyarı, diğeri ise karmaşık uyarıdır. Basit uyarılar renk, ışık, ısı gibi uyarılardır. Karmaşık uyarılar ise binalar, sokaklar, tasarlanmış çevreler olarak ortaya konmuştur.

Uyarıya dayalı teorileri de kendi içinde sınıflandırarak Helson'un adaptasyon derecesi (Adaptaion Level Theory), Bearlyne'nin uyarıcı teorisi (Aurosal theory) ve Cohen'nin aşırı yüklenme teorisine (Overload Theory) yer vermiştir. Adaptasyon derecesi teorisi uyarılmanın adaptasyon derecesine göre değiştiğini savunmaktadır. Ayrıca her bireyin mekân kullanımında aynı derecede motivasyona sahip olmadığını da belirtmiştir. Bu teoriye bağlı olarak denilebilir ki mekânı kullanım derecelerine göre algılama miktarlarımız farklılaşabilir. Başka bir deyişle kullanım sıklığı da mekânların uyarı ve dolayısıyla algılanma biçimlerini değiştirmektedir.

Bearlyne' in teorisinde algımızın hangi psikolojik durumda olduğumla farklılaştığını öne sürmektedir. Bir başka deyişle “davranışlarımız biçimi ve içeriği ne derecede uyarıldığımızla iniltidir”. Bu teoriye bağlı olarak; mekânın algılanması bakış açısı ile değerlendirildiğinde denilebilir ki; kullanıcının içinde bulunduğu psikolojik durum o mekânı algılamasında farklılıklar yaratabilmektedir. Yani farklı ruh hallerinde mekânın farklı derecelerde algılandığı söylenebilir. Zaman zaman mekânın büyük bir kısmının dahi algılamamış olması olasıdır.

Aşırı yükleme teorisi ise aşırı uyarılmanın etkileri üzerine değerlendirmelerde bulunmaktadır. Teorinin bakış açısı ile fazla miktarda uyarılar ortamlarda kişilerin rahatsızlık hissetmelerine neden olabilmektedir. Gifford fazla uyarılmada sorun yaratacak elemanlar olarak ısı, gürültü ve kalabalıklığı örnek vermiştir. Bunlara iç mekân ölçeğinde örnek olarak; fonksiyonun gerektirmediği aşırı miktarda parlaklık düzeyi fazla renkler kullanmak, fazla miktarda aydınlatma kullanımı ve yansıtıcı yüzeylerle fazla miktarda parlamaların oluşması verilebilir. Bu örneklerde en temel unsur mekânın fonksiyonu ve fonksiyonun getirdiği kullanım süreleridir. Bu tür aşırılıklar belli bir noktaya ilgi çekmek amaçlı da kullanılabilir. Özetlemek gerekirse; fazla miktarda uyarıcı algıda zorlanmalara ve karmaşaya yol açabilmektedir.

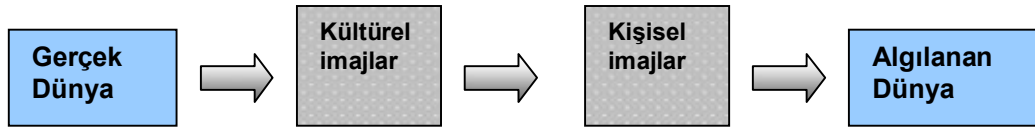
Algıyı mekânla bir bütün olarak tanımlayan bir başka teoride Gibson'un kurguladığı imkân oluşturabilme (Affordance theory) teorisidir. Gibson mekânların insanlar tarafından algılanmasını iki ana unsur ile inceler. Gibson'a göre insanların kullandıkları yakın çevreler objeler (cam, metal, kil) ve yüzeylerden (tavan, duvar, yer yüzeyi) oluşmaktadır ve de bu objeler ve yüzeylerin yarattıkları organizasyonlar insanlara kullanımda imkânlar yaratmaktadır. Bu imkânlar doğrudan doğruya

kullanıcılar o mekânı algılar. Bu duruma örnek olarak; park alanlarında oluşturulan yatay yüzeylerin birebir oturma fonksiyonunu tam olarak karşılamaya yönelik tasarlanmasa da, insanların otomatik olarak algılamalarında oturma olanağı sunduğunu düşünmeleri verilebilir (Gifford, 2002).

Bir başka deyişle; Gibson demektedir ki; çevrede oluşan bir takım organizasyonlar ve bunların içindeki ilişkilerden doğan oluşumlar insanların algısında otomatik olarak bir fonksiyonun yapılabilirliğini işaret eder. Bu teoriye dayanarak her mekânın aslında tasarımından dolayı kendiliğinden işaret ettiği olanaklar bulunmaktadır denilebilir ve insanlar algısını etkileyen birçok farklı değişken ile birlikte bu mekânları olanaklar doğrultusunda algılar.

İnsanların mekânları nasıl algıladıklarını anlamak ve mekâna arasında kurulan etkileşimi değerlendirmede temeldir kanısına vardıktan sonra bireylerin çevrelerini birbirlerinden farklı algıladığı söylenebilir. Yukarıda verilen bilgilere de dayanarak insanların farklı kişilik yapılarının olması (algılama kabiliyeti, cinsiyet, eğitim, öğrenim düzeyi, mekânla ilgili edinilen tecrübeler vb.) farklı kültürlerden gelmeleri ve algılanan görüntünün fiziksel özelliklerinden kaynaklanan farklılıklardan dolayı algılarında farklılıklar oluşmaktadır (Gifford, 2002). Ayrıca algı uyarının doğasına, algının fizyolojisine göre de değişmektedir. İnsanların farklı kişilik yapıları ise kişinin ruhsal durumu bu durumdan kaynaklanan beklentileri, dikkat ettikleri ve motivasyonları olarak değerlendirilebilir (Ujam, 1987).

Rapoport kişiler arası algılama farklılıkları üzerine bir model oluşturmuştur. Rapoport yaptığı teorik çalışmalarda algıyı insan ve çevre arasında en temel mekanizma olarak nitelendirir. Algılama mekanizmasını da mekânı direkt ve en yakın hissettiğimiz mekanizma olarak değerlendirir. Teorinin ana fikri insanların çevreyi iki farklı filtreden geçirdikten sonra algıladıkları üzerinedir. Rapoport' a göre gerçek dünya ile bireyin algısı arasına önce kültürel, sonra da kişisel imajlar girer ve bu imajlar asıl olan ve algılanan arasında fark yaratırlar. Kısacası bireyin algısı kendi kültürel imajları ve kişisel imajlarından etkilenmektedir. Rapoport kültürel imajları ve bunun etkisinde kalan kişisel imajları insanların beyninde birer filtre görevi gördüğünü belirtmektedir.



Şekil 9. Rapoport'un Filtre Modeli (Rapoport, 1997).

Kişiler arası algı farklılıkları üzerine yapılan çarpıcı çalışmalara örnek olarak Bireysel psikoloji alanından yapılan bir çalışma örnek verilebilir. Daha önce de belirtildiği üzere algı üzerine pek çok farklı alanda çalışmalar bulunmaktadır. Bireysel Psikoloji alanında algı ve renk üzerine yapılan araştırmalar farklı karakterlere sahip olan insanların farklı miktarla uyarıların beyinlerine gittiği belirlenmiştir. Yapılan çalışmalarda dışa dönük ve daha sosyal olan insanların, içe dönük insanlara göre canlı renkleri daha yoğun algıladıkları ortaya konmuştur. Bunun nedeni dışa dönük olan insanların canlı renklerden oluşan uyarıların beyine daha fazla miktarda ulaşmasıdır. Araştırmanın sonucunda bazı psikologların hastalarına ulaşmak adına çalışma alanlarında farklı renk kombinasyonları ile tasarlanmış; farklı odalarının bile olduğu belirtilmektedir. Buradan da anlaşılmalıdır ki; insanların mekânı nasıl algıladıklarını anlamak onlar için en uygun mekânı tasarlamakta temeldir.

Algının yoğunluğu ise algılanan objenin (ve ya objelerden oluşan mekânsal oluşumlar) fonksiyonu, tanışıklık, objenin oluşturduğu çağrışımlardan etkilenmektedir. Objenin fonksiyonuyla uyumlu bir formunun olması objenin daha yoğun algılanabileceği; objenin bundan daha önce ne sıklıkta görülüp kullanıldığı ve o objenin algılayıcı üzerinde ne tür çağrışımlar yaptığı da algılama yoğunluğunun artmasında etkindir (Ujam, 1987). Algı ve algının yoğunluğu üzerine birçok çalışma bulunmaktadır.

Bozdayı iç mekân ve üzerine yazdığı kitabında Bechtel' lere dayandırarak algının temel özelliklerini şu şekilde özetlemiştir;

1. Algı, kişinin kişilik özelliklerine, bağlı olduğu sosyal gruba, kültürüne ve sosyal çevresine bağlı olarak değişen bir olgudur.
2. Algılamada hareket önemli bir etkindir. Hareket halindeyken algılarımız farklılaşır ve değişir.

3. Çevre her zaman gereksinim duyduğumuzdan çok daha fazla bir bilgi kaynağıdır ve bu bilgilerden amaçlarına uygun olanlarını seçer. Bunların seçimi ve algılanması kişinin özellikleri ve amaçları ile bağlantılıdır (2004:29).

Semra Aydın'ın mekân üzerinde yaptığı çalışmalarda mekânsal algıyı değerlendirirken içine biliş düzeyinde tanımlamalar bulunduran Merleau-Ponty in kapsamlı tanımına yer vermektedir.

“Mekân algısı, geometrik bir kurguda temellenen bir bilincin oluşumunu yansıtır. Bu bilinç durumunda algının bilgiye dönüşümü belli referanslarla olur; her algı aktı, ardışık bir yaşam süresi boyunca bir öncekinden aldığı referanslarla gerçekleşir. Mekânsal bilincin özü, salt yüzeysel imgeler değil; bütün duyuların eşzamanlılığında bedenseldir. Görünüşte kavranan büyüklük, derinlik, yönelmişlik gibi kavramlara belli temalar yüklenemez, çünkü bunlar algı nesnesinin varlık karakteristiğinden kaynaklanan özneye verilmiş değerlerdir. Mekân algısı, bütünsel özellikler taşıyan, çok sayıda deneyimin birlikteliğinde, bilinç düzeyinde oluşan bir gerçekliktir” (Aydın, 2004:47).

Bu bölümde çok kapsamlı bir konu olduğu belirtilen algıya mekânsal boyutta değerlendirmeler getirilmiştir. Mekân tasarlamının insanların algılarını da yönlendirmek olduğu belirtilmiştir. Çalışmanın merkezi olan kahvehane mekânları bağlamında, yukarıda ortaya konan teorik çalışmalardan çıkarımlar yapıldığında; farklı kültürlerin mekânları farklı algıladıklarını ön görmek önemlidir. Türk kahve kültürünü ve bu kültürün bir parçası olan kahvehane mekânlarını değerlendirirken toplumun imajlarını ortaya koymak gerekmektedir. Bundan sonraki bölümde algılama ile başlayan, biliş ve anlamlandırma daha sonrasında imaj oluşumu ile sonlanan süreç üzerine açıklamalarda bulunulacaktır.

4.2. ÇEVRESEL BİLİŞ VE BİLİŞSEL ŞEMALAR

Biliş kişinin kendine bilgi strüktürünü oluşturabilmesi için; dış dünyadan algılanan bilgileri alıp, yorumlayıp, dönüştürüp ve sonra tekrardan o bilgileri tanıması sürecidir (Piaget, 1955). Bu sürecin sonunda beyinde tekrar çağırılabilen bir imaj oluştuğu için çalışmanın temelinde yatan kahvehane imajının oluşumunun değerlendirilmesinde önemli bir araçtır.

Algılama süreci beyinde hatırlanabilecek potansiyelde bir bilgiye dönüşebilir ya da tamamen unutulabilir. Mekânsal algı boyutunda değerlendirildiğinde bu bilgi mekâna ait bir imaja tekabül eder. Kullanıcı bir mekânı algıladıktan sonra, bu mekânla ilgili ilişkileri değerlendirip kendinde var olan diğer mekânsal tecrübelerle bir arada

yorumlayıp bu mekân hakkında kendi belleğinde bir yer yaratır. Ayrıca gerekli durumlarda bu mekâna ait imajları geri çağırabiliyorsa denilebilir ki, kişi bu mekâna ait biliş oluşturmuştur.

Moore ve çalışma arkadaşları çevresel bilişin tanımını şu şekilde ortaya koymuşlardır:

“çevresel biliş insanların çevre ile ilgili izlenimlerini, bilgilerini, imajlarını ve inançlarını kapsar. Ayrıca sadece bu imajlar ve bilgiler değil, bu biliş çevresel izlenimleri, çevrenin karakterini, fonksiyonları, dinamiklerini, strüktürel ilişkilerini, anlamları ve mistik sembolik özellikleri de içinde barındırmaktadır.” (Moore ve Arkadaşları, 1976:xxi).

Moore ve arkadaşlarının yaptığı kapsamlı tanımın içeriğine yakın bir anlayışla Nohl çevresel bilişi üç ayrı başlık altında inceler. Kahveci imaj oluşumu üzerine yaptığı doktora tezinde Nohl’ ün farklı bilişsel düzey tanımlamalarına yer vermektedir. Nohl çevresel bilişin algısal, belirtisel ve sembolik olmak üzere üç farklı düzeyi olduğunu belirtmiştir. Algısal düzey estetik obje veya çevrenin hakkında biliş oluşturulması; belirtisel biliş düzeyinde algılanan nesnelerin içerisinde yer aldıkları bağlamda belirtilmesi; en üst bilişsel düzey olarak belirtilen sembolik biliş düzeyi ise ilk ikisinin gelişiminden sonra oluşan “çevrenin soyut ve kavramsal yönlerinin bilişine varılması” olarak ortaya konmuştur (Kahveci, 1998:67).

Bu noktada çevrenin soyut ve kavramsal yönlerinin algılanması düzeyinde içerisinde yer alınan kültürün yarattığı sembollerin çok önemli olduğunu düşünmek yanlış olmaz. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerde yapacağı analiz çalışmasında bireylerin beyinlerinde yer alan kahvehane imajları değerlendirilirken; aslında çevresel bilişlerinin sembolik biliş düzeyinde yer alan imajlardan yararlanılacağını düşünülebilir.

Biliş ve bilişsel süreçler üzerine daha birçok teorik çalışmalar yapılmıştır. Bunlar arasında çevresel biliş üzerine değerlendirmede bulunan Rapoport’a göre genel anlamında biliş bireyin bir sınıflandırma sistemi olarak değerlendirir. Bu sınıflandırma sistemine anlamlı ilişkilerin kurulması bu ilişkiler arasında kurguların oluşturulması sonucunda bir anlamlandırma gerçekleşmektedir. Rapoport’a göre çevresel biliş oluşumu algılama, bilme ve değerlendirme sürekliliği içerisinde oluşmaktadır. Bu durumda denilebilir ki; Rapoport’un algılama üzerine oluşturduğu kişisel ve kültürel filtreler direkt olarak oluşabilecek çevresel bilişi de etkilemektedir. Bu noktada tezin

temelinde yer alan kahve kültürünü değerlendirdiğimizde; bu insanların belleğinde oluşan biliş düzeyindeki görüntüler (imajlar) içerisinde yer aldıkları kültürle direkt ilişki içerisinde.

Kılıç yaptığı tez çalışmasında Abercrombie'nin bir binayı bilişsel düzeyde değerlendiren şu sözlerine yer vermiştir:

“Bir binayı, nesneyi algılamak, iki yönlü bilgi toplamayla gerçekleşir. Birincisi; binadan bize gelen ışığın yarattığı bir dizi fiziksel aktiviteden oluşur. Bu; gözün, nesnenin yerini, şeklini, hareketini alıp bilgi olarak beyne iletmesidir. İkincisi ise alınan yeni bilginin, beyindeki depolanmış bilgi ile karşılaştırma işlemidir”.

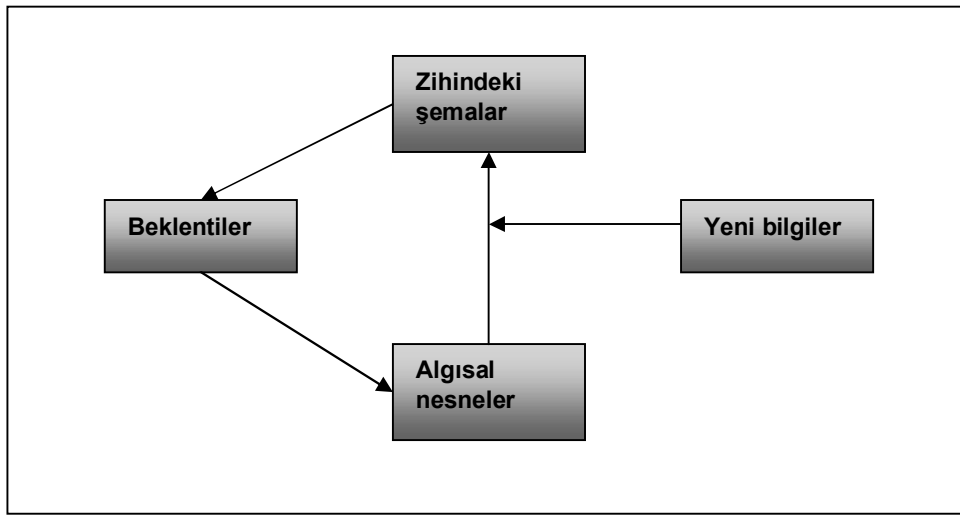
Bu noktada; birey yaptığı bu karşılaştırma sürecini değerlendirme ve dönüştürüp yorumladıktan sonra beyinde bu imajlara bir yer vermesi ile kendi beyinde yeni bir imaj oluşturmaktadır. Daha öncede söylenildiği üzere, bu imaj birebir fiziksel mekânın yansıması değildir. Ayrıca birey algıladığı bu çevreyi belleğinde bir yer de vermeyebilir. Bu durum yapılan çalışmalarda kısa süreli bellek ve uzun süreli bellek olarak iki ayrı derecede değerlendirilmiştir. Beyinde var olan görsel bilgi ağı ile ilişki kuramayıp anlamsal bir değer verilmeyen görüntüler kısa süreli hafızada yer alır fakat bu ağ ile ilişkiler kurup anlamlandırılan bilgilerde tekrar hatırlanabilir durumda uzun süreli hafızaya kayıt edilirler (Aydınlı, 1993).

Paiget biliş organizmanın çevreye adaptasyon süreci olarak tanımlamıştır. Ayrıca bu bilişsel sistem çevrenin birebir kopyalanmasından çok; kendi mekânsal bilgisini oluşturmaktadır. Bu mekânsal bilgiyi oluştururken kendinde var olan çevresel bilgilerden yararlanır; seçer ve yorumlar. Bireyin bilişsel sistemi gerçekliği kendi yapısına adapte daha sonra da kendisini bu yapıya adapte eder (Ujam, 1987).

Bilişsel şema ise oluşan bu imajlar ve bilgilerin şemalar halinde beyinde yer alması üzerine bir tanımdır. Atkinson'a göre “şemalar bellekte saklanan ve gerçek dünyadaki olayların, nesnelerin ve ilişkilerin soyut temsilleri olan bilişsel yapılardır. Şemalar, duyular yoluyla gelen yeni uyaranların eşleştirme ve karşılaştırma ile nitelendirilmesinde kullanılan kalıp yargılardır” (Kılıç, 2003:20).

Neisser'e bilişsel şemaları bilgi kabul sistemi olarak değerlendirdiğinde onları bilgisayar programlarına benzetmektedir. Bu analogik yaklaşımla bir takım bilgi

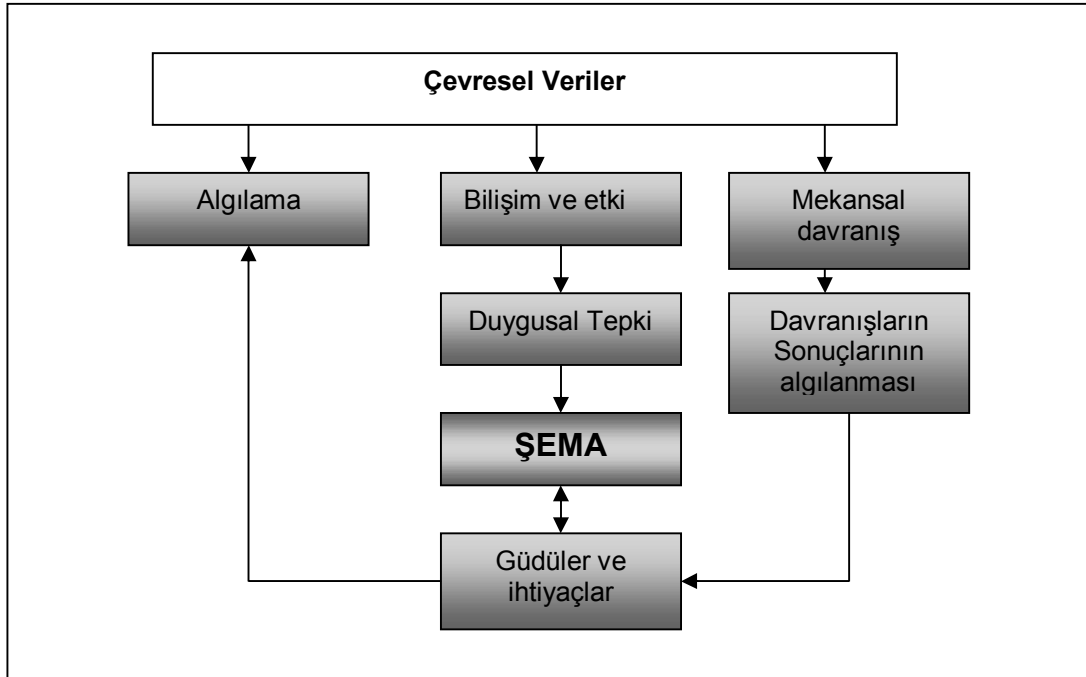
sistemde kabul görürken bir takım bilgi de anlamsız geliyor ve değerlendirme dışı bırakılıyor. Neisser ayrıca bu şemaları bir plan gibi de işlediklerini belirtmektedir. Örneğin bu planlar herhangi bir olayla ya da objeyle ilgili bilgiye ulaşma yolunda yol göstericidir. Neisser şemaların oluşumu üzerine de bir model önermiştir. Bu modele göre önceden var olan bilişsel şemalar bireyin algılayacağı nesnelerde veya çevrelerde seçicilik yaratan beklentilerini etkiler; bu süreç sonunda yeni algılanan bilgi ise tekrar şemada yeni bilgi olarak girip şemayı etkiler. Yeni bilgi var olan şemanın yarattığı algıda seçicilik ile fark edilir ve de yeni gelen bu bilgi şemayı yeniler yani bu süreç sürekli devam eden bir döngüdür.



Şekil 10. Zihinsel Şema Oluşum Süreci (Neisser, 1977).

Rumelhart şemaların bireylerin anlam oluşturmalarında temel olduğunu belirtmiştir. Aslında insanların beyinde bir kavrama ait olan bilişsel şemaların o kavrama ait olan anlama da tekabül ettiği söylenebilir. Bu noktada anlam oluşturma sürecinin bireyin hafızasında var olan bilişsel şemalar ve bu şemalar arası ilişkilerin değerlendirilmesi sonucu ortaya çıktığı söylenebilir. Ayrıca bilişsel şemaların insanların çevre üzerine değerlendirmeler ve bilgilerini kapsadığı düşünüldüğünde bunların insanların o çevrelerdeki davranış ve tutumlarını da etkilediği düşünülebilir.

Kahveci yaptığı çalışmada Gibson'un bilişsel şemaların "kısmen öğrenilebilir, kısmen de doğuştandır" düşüncesine yer vermiştir. Gibson'a göre bilişsel şemaların algı ve biliş arasında etkileşimi şekillendirerek; duygusal tepkiyi ve dolayısı ile mekâna dair davranışları da etkilemektedir.



Şekil 11. Gibson'a Göre İnsan Davranışlarında Şemaların Yeri (Kahveci, 1998:74).

Ujam da yaptığı çalışmada bilişsel şemalar arasındaki farklar üzerinde durmuştur. Ujam'a göre bu şemalar arasındaki farklılıklar fiziksel ve ya fiziksel olmayan birçok farklı faktöre bağlıdır. Algılama sürecinde oluşabilecek farklılıklar, algılanan çevrenin fiziksel farklılıklarından kaynaklanan değişiklikler; kültürel farklılıklar öncelikler ve var olan şemalar bilişsel şemalardaki farklılıklara neden olan faktörler olabilirler. Ujam bilişsel şemaları iki ayrı ana başlık altında incelemiştir. Ujam'a göre bilişsel şemalar tecrübe edilmemiş kozmolojik (cosmocognitive) ve tecrübe edinilmiş eko-kültürel (eco cultural) şemalar olarak ayrılabilir.

Kozmolojik şemalar doğuştan gelen bir takım şemalar ve ya tecrübe edinilmeden sahip olunabilen şemalar olarak değerlendirilmektedir. Bu şemalara örnek olarak herhangi bir organizmanın yeni bir çevreye adaptasyon sürecinde kullandığı şemalar örnek verilebilir. Bu şemaların bireyler arasında çok farklılık göstermeyeceği de ön görülebilir.

Eko kültürel şemalar ise tecrübe edilerek elde edilen bilgilerden oluşan bilişsel şemalardır. Bireylerin en yakın çevreleri ve ait oldukları kültürden gelen verilerden etkilenecek biçimlenen bu bilişsel şemalar karmaşık yapılar olarak kabul edilmektedirler. Ujam bu noktada bireylerin şema hazırlama ve çevreyi algılama sürecinde kültürün ne denli önemli olduğunu belirtmektedir.

Ujâmın eko kültürel şema olarak nitelendirdiği bilişsel şemalar bu tezde kahvehane mekânlarının bireysel kullanıcılarının belleğindeki oluşuma denk düştüğü söylenebilir. Türk kültürünü tanıyan veya içerisinde yer alan bireylerin genelinde kahvehane mekânlarının nasıl yerler olduğuna dair bir takım imajların var olduğu ön görülebilir. Ujâm'a dayanarak bu imajların bireylerin eko kültürel bilişsel yapılarında yer aldığı söylenebilir.

4.3. İMAJ

Mekânın imajı ile ilgili değerlendirmeler yapıldığında aslında o mekânın fiziksel oluşumu dışında birçok şeyin bu imajın oluşumunda etkisi olduğu kesindir. İç mekânda imaj oluşumu denildiğinde ilk olarak imajın ne anlamda kullanıldığı ortaya konacaktır. İmaj “gerçekliğin yaklaşık olarak görsel bir sunumudur” denilebilir (Yazıcı, 1997:12).

Lynch (1960) Şehir İmajı üzerine yaptığı çalışmalarında çevresel imajı tanımlarken bu imajın kişinin çevreyi oluşturan elemanlar ve bu elemanlar arası ilişkiler, kişisel beklentiler (amaçlar) doğrultusunda anlamlar çıkartarak kendine çevreye ait imajlar yaratması olduğunu söylemektedir. Lynch'e göre bu elemanlar kişilerin mekânları tecrübe ederken sıklıkla kullandıkları elemanlardan oluşmaktadır. Patikalar, kenarlar, bölgeler, düğümler ve nirengi noktaları bu beş elemanlardır.

Patikalar hareket kanalları; kenarlar ise üzerinde yürünemeyen çizgiler; bölgeler kendine ait karakterleri olan ortalama büyüklükte alanlar; düğümler iyi bilinen ve insanların kullandıkları kesişim noktaları; nirengi noktaları ise çoğunluk tarafından bilinen ve kolaylıkla algılanabilen ve akılda kalan elemanlardır. Lynch'e göre bu elemanlar insanların çevreyi kolay algılamalarını dolayısıyla da çevresel imajlarını etkilemektedir. Başka bir deyişle insanların çevresel imajları bu elemanlarla ve bunlar aralarında oluşan ilişkiler doğrultusunda oluşmaktadır.

Mitchell imajları farklı sınıflar altında toplamıştır. Bu 5 sınıf şunlardır:

- “Grafik imgeler: Resimler, heykeller, tasarımlar
- Optik imgeler: ayna yansımaları
- Algısal imgeler: duyu verileri; türler, görünümeler
- Zihinsel imgeler: düşler, hatıralar, fantazmatlar
- Sözselsel imgeler: metaforlar, tanımlar.” (Nöth 1990:446).

Bu noktada insanların kahvehane kültürünü üzerine sahip oldukları çevresel imajları değerlendirirken Mitchell' in tanımlarına dayanarak grafik imgeler üzerinden değerlendirmeler yapılacağı ön görülebilir. Fakat bu imgelerin aslında bireyin hafızasındaki bütün algı sınıflarından da etkilendiğini belirtmek doğru olacaktır.

Kahveci mekânsal imajın biçimlenmesi üzerine yaptığı tez çalışmasında oluşturduğu model de imaj oluşumunun birçok farklı faktörden etkilenecek olduğu ortaya koymaktadır. Bu faktörleri şu başlıklar altında toplamıştır.

Mekânsal imajı etkileyen faktörleri özelliklerine göre;

Nesnel veya somut özellik gösteren faktörler

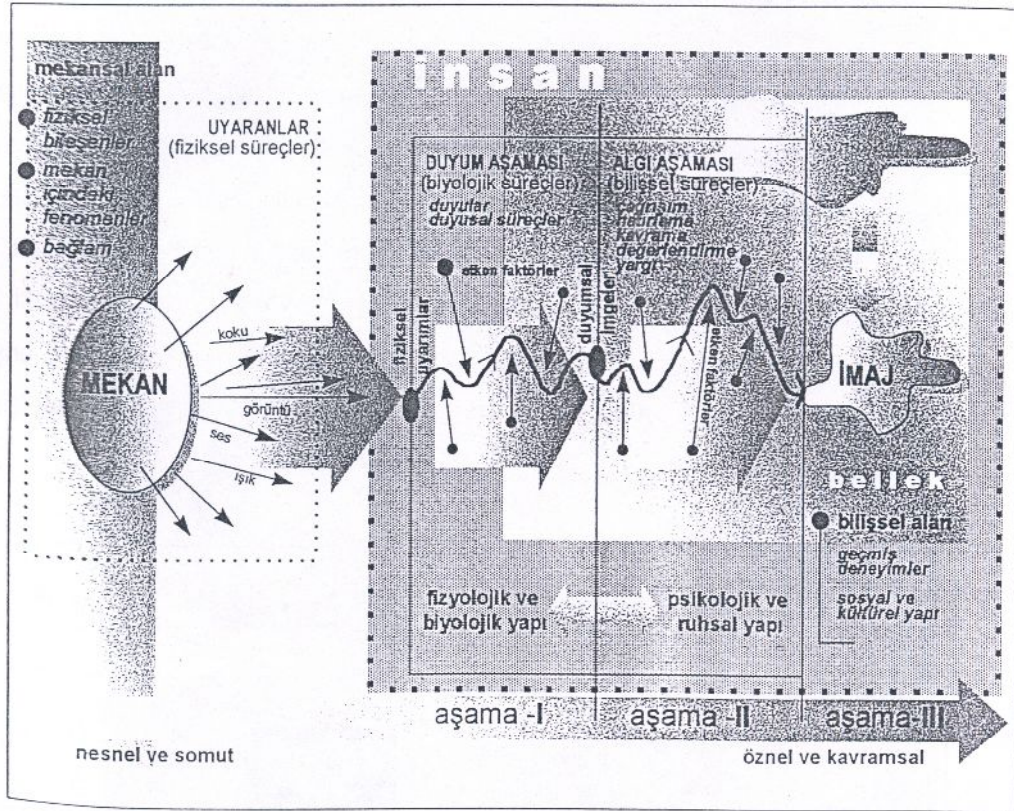
Öznel veya soyut özellik gösteren faktörler olarak iki başlık altında toplamaktadır.

Bu noktada nesnel ve somut özellik gösteren faktörler çevrenin içerisinde ve kendinde yer alan fiziksel özellikler olarak tanımlırken; öznel veya somut özellikler ise algısal ve bilişsel süreç içerisinde yer alan değişkenlerden oluşan faktörler olarak değerlendirilmektedirler.

Var olan kaynak nedeni ile biçimlenen faktörler ise üç ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar;

“Algılayıcı konumundaki kişiden kaynaklanan faktörler
Algılanan konumundaki mekândan kaynaklanan faktörler ve de
İnsan mekân arasındaki algısal ilişkinin şeklinden kaynaklanan
faktörlerdir” (Kahveci, 1998:88).

Kahveci çalışmalarında Rapoport'un çevreyi imaja göre değerlendirme üzerine oluşturulduğu modele de yer vermektedir. Rapoport' a göre insanların çevreleri hakkında sahip oldukları yargıları bundan önce var olan imajlardan da etkilenmektedir. “Çevre hakkında bir yargıya varılırken, çevrenin mevcut durumunun kişide uyandırdığı imaj ile kişinin kendi zihninde var olan ve idealleri içeren kişisel imajla karşılaştırılmakta ve çevrenin nitelikleri bu karşılaştırma doğrultusunda kavranıp değerlendirilmektedir.” (Kahveci, 1998:69).



Şekil 12 . Mekansal İmajın Oluşum Aşamaları (Kahveci, 1998:84)

Kahveci hazırladığı modelde mekânsal imajın oluşumunu aşamalar halinde açıklamaktadır. Buna göre ilk aşama duyum aşamasıdır. Bu aşamada imaj mekândan gelen fiziksel uyaranlar tarafından etkilenmektedir. İkinci aşama ise bu algılama aşamasıdır. Bu aşama içinde bilişsel süreçleri de barındırmaktadır. Kahveciye göre bu süreç insanların geçmiş birikimleri ve deneyimleri doğrultusunda oluştuğu için hatırlama, kavrama, öğrenme, bilme gibi bilişsel süreçleri de kapsamaktadır. Üçüncü ve son aşama ise imaj aşaması olarak ortaya konmuştur. Bu algılanan ve hakkında bir biliş oluşturulmuş imajlar “yeni birer imaj olarak zihindeki yerlerini alırlar” (Kahveci 1998:84). Ayrıca Kahveci oluşan ilk imaj ve zaman içinde tekrarlarla oluşan kalıcı imajı da ayırarak imajın genelleşmesi üzerinde durmaktadır. Bu genelleşmiş ve zaman içinde var olan imajların tekrarları ile oluşan imgelere de gerçek imaj adı verilmektedir.

Piaget imajları “içselleştirilmiş imitasyonlar” olarak değerlendirmiştir. Yukarıda belirtilen algılama, değerlendirme, yorumlama ve sınıflandırılmış ilişkiler oluşturma çabası olarak ortaya konan biliş ve bilişsel şemaların oluşturulması Piaget’ in içselleştirme süreci ile eş değerde tutulabilir. Bir başka deyişle biliş süreci sonucunda

bireylerin hafızalarında yer bulmuş görsel oluşumlara imaj adı verilebilir. Piaget'e göre içselleştirilen bu imaj dış dünyadaki örneğin bir göstergesidir veya dış dünyadaki örneğini işaret eder (Nöth 1990).

Tezin bağlamında ele alınan kahvehane mekânları ve bu mekânlarda oluşmuş bir takım kültürel yapılanmalar ortak bir takım imajlara denk düşebilir. Başka bir deyişle; Türk kahve kültürü ve kahvehaneler denildiğinde bu kültürü tanıyanların zihinlerinde bir takım imajlar oluşmaktadır. Tezin temel amacı bu oluşmuş olan imajın çağdaş bir yorumunun var olabilirliği üzerine tartışmaktır. Bu noktada imaj oluşumunun önemi var olan bir kültürel değer iç mekân ölçeğinde de uygun değerlendirmeler sonucunda ele alınması ve bunun devamlılığı için yapılması gerekli görülenlerin ortaya konmasıdır.

Bir mekânın insanların zihinlerinde kalıcı ve doğru bilgilere dayalı imajlar oluşturması o mekânın insanlarla doğru iletişim kurmasına da vesiledir. Böylece insan ve mekân arasında oluşan etkileşimdeki burada doğru bir imaj oluşumu öncelikli ele alınmaktadır; kahvehanelerin ne tür mesajlar verdikleri tasarımları ile doğru orantılıdır denilebilir.

Bundan sonraki bölümde iç mekânda oluşturulacak imajların anlam ve bu anlamların içerdikleri kültürel kodlar bağlamında değerlendirmeler yapılacaktır. Bu doğrultuda öncelikle anlam ve iç mekânda anlam oluşumu ele alınıp, daha sonra bu anlamların ne tür kodlar üzerinden insanlarla iletişim kurdukları ele alınacaktır. İmaj oluşumunun aslında bir iletişim zemininden oluşturmak olduğun düşüncesinden yola çıkılmaktadır.

4.4. ANLAM VE KOD

İç mekânda anlam oluşumunu değerlendirmeden önce anlam ve anlamının ne olduğunu ortaya koymak gerekmektedir. Anlam ve anlama süreci üzerine pek çok teorik çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların temelinde önceden de yer verilen algı daha sonrada biliş sürecinin takibinde ya da bu süreçlerin içinde yer alan oluşumlar bulunmaktadır. Husserl'a göre bilinç nesnesi olan anlam "ya da ideal kimliğe bürünen öz algılama, anımsama ve imgeleme süreci sonunda" ortaya çıkar.

Wittgenstein'in anlam üzerine ortaya koyduğu resim teorisi (picture theory) bireylerin kendilerinin gerçekliğin resimlerini yaptıkları düşüncesine dayanmaktadır. Wittgenstein der ki; "Kendimize somut gerçeklerin resmini yaparız. Bu resim gerçekliğin bir modelidir ve bu somut gerçekliğin mantıksal resmi ise düşüncedir." (Nöth, 1990:449).

Rapoport' da anlam üzerine birçok çalışma yapmıştır. Tasarlanmış Çevrenin Anlamı adını verdiği kitabında Rapoport anlamın pek çok farklı boyutlarda ele alınabileceğini ortaya koymuştur. Mimari bakış açısından önemli görülmesi gereken düşünce ise mekânı ya da çevre oluşturan tasarım elemanlarının birer iletişim aracı olarak ortaya konmasıdır. Böylece mimari anlam oluşumunda temellerin birer iletişimle başladığı belirtilmiştir. Ayrıca iletmek istenen mesajın; dolayısı ile anlamın aslında çevrenin var olan durumu ile de doğru orantılı olarak değiştiğini belirtmiştir. Başka bir deyişle çevreden çıkartılan anlam çevrenin durumuyla doğru orantılıdır da denilebilir (Rapoport, 1990).

Rapoport' a göre anlam üç farklı derecede ele alınabilir. Bunlar: yüksek düzeyde anlam; orta düzeyde anlam ve de düşük düzeyde anlam. Bu anlam derecelerinin anlamın derinliği ile doğru orantılı olduğu düşünülebilir. Yüksek düzeyde var olan anlamlara örnek felsefi boyutta kültürel anlamlar, kutsal ve ruhani oluşumlar üzerine anlamsal değerlendirmeler. Orta düzeyde anlam ise insanların davranışları kimlikleri ve bununla ilgili statü güç ve bunun gibi konular üzerindeki anlamsal değerlendirmelerdir. Düşük düzeyde anlam ise gündelik düzeyde kullanılan yüzeysel oluşumlarda var olan anlamsal arayışlar olarak ortaya konmuştur (Rapoport, 1990).

İmge bir gösterge olarak ortaya konduğunda bu göstergenin oluşumunda kültürün temel olduğunu ortaya koymak gerekmektedir. " Kültürel düzende, bizi çevreleyen her şey bir göstergeye işaret eder. İmge, bu göstergelerin dolayımından oluşur" (Yazıcı, 1997:16). Yazıcıya göre imaj ancak kendisini algılayacak ve değerlendirecek bir topluluk içerisinde anlam ifade eder. Başka bir deyişle imajın anlamlandırılmasında en etkin faktör kültürün getirdiği bilişsel şemalardır denilebilir.

Göstergeler arası var olan etkileşimler, bu ilişkilerden oluşan anlamları ortaya koymak ya da " insan ile dünya arasındaki etkileşimi açıklamak" üzere çalışmalarda

bulunan göstergebilim, imgelerin oluşumu ve anlamlandırılması üzerinde yardımcı bir yöntem olarak kullanılacaktır (Rifat, 2000:127).

Göstergebilim alanında gösterge;

“kendi dışında bir şeyi temsil eden ve dolayısıyla bu temsil ettiği şeyin yerini alabilecek olan her çeşit biçim, nesne, olgu, vb. dille ilgili bilimlerde genel olarak gösterge diye adlandırılır” (Rifat, 2000:129).

Daha öncede belirtildiği gibi mekâna ait imgelerin her biri veya farklı kompozisyonlarda bir araya gelişleri aslında gerçek mekânın birer göstergesidir. Pierce’a göre anlam “göstergenin uygun mealinin etkisidir”. Göstergebilimin kurucularından Pierce kurguyu üç ayrı bölüm üzerinden oluşturmaktadır. Bunlar gösterge, yorumlayan ve nesnenin kendisidir. Bu üçü arasında oluşan etkileşimi daha önce ortaya konulan algı ve biliş bağlamında değerlendirdiğimizde denilebilir ki; pek çok farklı dış faktör bu süreci etkilemektedir. Aslında bu etkileşim sonucunda ortaya farklı katmanlarda anlamlar çıkarılmaktadır.

Göstergebilim alanında temel oluşturan çalışmalar yapan Barthes de gösterge ve nesnenin kendisi arasında oluşan ilişkiden ortaya çıkan düz anlam ve yan anlam kavramlarını ortaya koymuştur. Gösterenle gösterge arasında kurulan ilişkiye anlamlama olarak değerlendirilmektedir. Düz anlam belli bir grubun iletişimde sahip olduğu ortak anlamlardır. Başka bir deyişle düz anlam gösterilenin olduğu gibi kavranması durumudur. Yan anlamlar ise göstergelerin toplumun kültürel getirilerinden kaynaklanan ve somut dünyada karşılıkları olmayan duygusal ikincil anlamlardır. Yan anlamlar kültürel kodların içerisinde ve bu kodlar arası ilişkiler içerisinde var olurlar. Aslında göstergebilim alanında tanımlanan bu anlamın Rapoport’un yüksek düzeyde var olan anlam derecesi ile eş değer tutulabilir (Kurunç, 1999).

Erkman bu farklı iki anlam boyutu mimari bağlamda şu şekilde değerlendirmiştir: “.. kullanım nesnesi bir gösterendir; bu gösterenin, düz anlamı kesin ve uzlaşım sal olan bir gösterileni vardır: gösterilen gösterenin işlevidir..... Bir binanın birincil gösterileni; o binayı içinde oturulabilir kılan donanımdır. Mimari nesne bir yaşama-oturma tarzını düz anlamlar.” (Erkman, 1987:98). Mimari nesne bir işlevi düz anlamlarken, işlevin sahip olduğu başka bir değeri de yan anlamlayabilir. Örnek olarak bir kolonun belli bir tarihsel dönemin özelliklerini taşıması onun işlevi dışında başka bir anlam katmanını

da işaret ettiğini göstermektedir. Bu tür bir anlamın simgesel bir anlam olduğu söylenebilir. Yazıcı durumu kod kavramı ile birleştirerek aslında “algılama ve yorumlama sürecinde her gösterenin bir başka kod zincirinin göstergesi” olduğunu belirtmektedir (Yazıcı, 1997:20). Bir takım semboller aracılığı ile düz anlama başka katmanlar eklenerek bir anlam derinliği oluşturulduğu söylenmektedir.

Kahvehane mekânında imaj oluşumuna katkıda bulunan birçok elemanın da kültürel içeriğe sahip simgesel elemanlar olduğu düşünülebilir. Buradan yola çıkarak anlam ve sembollerin bir arada kendi kültürleri içinde iletişim aracı olan bir takım kodlar oluşturmaktadır denilebilir. Yazıcıya göre “imgeler kültürel kodlarla oluşur” (Yazıcı, 1997:18). “Dolayısı ile imaj kendi başına bir hiçtir. Ancak kendini algılayabilecek bir kitle bulabilirse varlığını ortaya koyar ve bir anlam ifade eder. Gücü etkisindedir.” (Yazıcı, 1997:19). Burada kitlenin ortak bir kültüre sahip olan bir topluluk olduğunu belirtmek doğrudur.

Kod kavramı bir göstergeler sistemi olarak tanımlanabilir. Shaqnon ve Wearver’ın komünikasyon-iletişim modeline göre komünikasyon aynı temel kod sistemi üzerinden gönderilen sinyallerdir. Bu kod sistemi aslında bir şeylerin yerine geçen ve onları temsil eden göstergeler olarak da değerlendirilebilir. Bu noktada transfer edilen göstergeler gönderilen ve alan olmak üzere iki taraf üzerinden bir kanal aracılığı ile iletilmektedir de denilebilir.

Umberto Eco’ya göre kod kültür tarafından tayin edilen kurallar sistemidir. Eco da mimari bir ürünün iki farklı temel fonksiyonu olduğunu düşünmektedir. Bunlar gösterilen-belirtilen (denotation) ve anlamlandırılan-çağrışım yapan (conotation) kaynaklı işlevlerdir. Bu farklı iki işleve Eco şu biçimde örnek vermiştir; evin barınma işlevi belirtilen işlevi yüklenirken; antropolojik, tarihi, estetik bir takım içeriklerin ise çağrışım yapan anlamlandırmada aracı olan bir takım işlevler yüklenebilir. Nöth göstergebilim üzerine yapılan teorik çalışmaları bir arada topladığı kitabında Eco’nun mimari değerlendirmelerine yer vermektedir. Eco ya göre mimari 4 farklı boyutta vardır.

- İfadesel- esas (expression-substance)
- İfadesel-form (expression-form)
- İçerik-esas (content-substance)
- İçerik- form (content-form) (Nöth, 1999:438).

İfadesel esas olarak mekânın maddeye dayalı boyutu belirtilmektedir; ifadesel form da ise yapısal formlar ve de mimari sisteme ait karşıtlıklar; içerik esas da ise kültürün içerisinde var olan bütün işlevler; içerik formda ise kültürün sahip olduğu mimari anlamlar kapsamaktadır. Buradan yola çıkarak denilebilir ki; mimari bir yapı gösterdiği işlevsel ifadenin dışında birçok farklı boyut üzerinden değerlendirilmelidir. Eco'nun bu yaklaşımından da anlaşılacağı üzere kültürel değerler anlam oluşumunda önceliklidir.

Yukarıda verilen bilgiye dayanarak denilebilir ki; mimari bir tasarım insanlarla iletişim kurabilir. Tasarımcı iletilmek istenen kodları hazırlayan kişi olurken kullanıcıda bu kodları deşifre etmesi beklenen alıcı olarak nitelendirilebilir. Eğer ki; bir tasarımın kültürel kodlar barındırıyor ise bu kodların kullanıcıya ulaşması durumu ve süreci bir iletişim modeli olarak ele alınabilir. Kaldı ki, mimarlıkta anlam ve içerik üzerine değerlendirmeler yapan birçok çalışma kurgusunu bu temeller üzerine oturmaktadır. Semra Aydın'ın mimarlığı felsefi boyutları üzerine yaptığı çalışmalarda algılanan nesnenin algılanan öznenin bağımsız ele alınamayacağı açıkça ortaya konmuştur. Semra Aydın der ki "Mimarlığı nesnesi, bu bağlamda sadece maddi bir varlık olarak değil, anlam taşıyan ve anlamlandırılan bir varlık olarak bilinç durumuna taşınabilir" (Aydın, 2004:42).

Preziosi de mimarlığı göstergebilim alanından faydalanarak değerlendirdiği kitabında mimari kod kavramını ortaya koymuştur. Mimari bir yapı kompleks ve katmanlı ilişkilerden meydana gelen kodlar sistemi olarak değerlendirilmektedir. Yapılan analiz çalışmasında her farklı kültürün kendine ait mimari kodları bulunduğu da belirtilmektedir. Daha önceki kısımlarda da belirtildiği üzere mimari bir yapının ne denli farklı ve çok katmanlı ilişkiler üzerine kurulduğu vurgulanmıştır. Aslında bunun temelinde mimarlığı pratik bir eylemden fazlası olduğu düşüncesi vardır. Tasarlanan herhangi bir mekân içerisinde hem işlevsel; hem anlamsal ifadelerini oluştururken birçok farklı elemanı farklı biçimlerde kullanarak elde edebilir. Bu yolla ortaya çıkan mekânlar insanlarla iletişim kurmaktadır.

Başka bir deyişle; kültürel bir sürekliliğin içinde yer alan kahvehane kültürü sadece içerisinde kahve içilen bir mekân olmaktan çok, dâhil olduğu grubun yaşam biçimlerini içerisinde barındırdığı anlamsal içerikleri de kapsamaktadır ve de bunların bütünü insanların hafızalarında bir kahvehane mekânı imajı oluşumunda etkindir.

Norberg-Schulz modernizm sonra sadece fonksiyonun ön plana çıkması durumuna tepki olarak demiştir ki; “Binalarımızı sadece fonksiyonel yapmak bizi artık tatmin etmemektedir; binalarımızın aynı zamanda anlamlı olmasını da istiyoruz” (Norberg-Schulz, 1970:223).

5. KAHVEHANE MEKANLARININ KÜLTÜREL VE SOSYAL DEĞİŞİMLER PARALELİNDE BİÇİMLENMESİ

Bu bölümde Osmanlı döneminden günümüze kadar geçen zamanda kahvehane iç mekan biçimlenmesinde oluşan değişimler irdelenmektedir. Bu analiz sosyal ve kültürel değişimlerin iç mekanda oluşturduğu etkileri aktaracaktır.

5.1. Osmanlı Döneminde Kahvehane İç Mekanlarının İrdelenmesi

Osmanlı hükümdarlığı döneminde Anadolu topraklarına gelen kahve, daha önce de belirtildiği üzere, kısa zamanda hem halk, hem de saray mensupları tarafından benimsenmiş ve bütün ülkeye yayılmıştır.

Bir süre sonra kahve Türk halkı için sadece bir içecek olmaktan çok; içerken dost sohbetlerinin yapıldığı, iş konularının konuşulduğu, haberleşmenin sağlandığı, eğlencelerin yapıldığı mekânların da oluşmasına sebebiyet vermiştir. Kahvehaneler zamanla, Osmanlı'da halkın cami gibi dini gerekliliklerin yapıldığı mekânların dışında yer alan tek sosyal mekân olmuştur. Bundan dolayıdır ki; kahvehaneler Türk kültüründe önemli bir yere sahiptir. Mekânın biçimlenme sürecinde direkt olarak kültürün biçimlenmesi ile paralellikler görülmektedir.

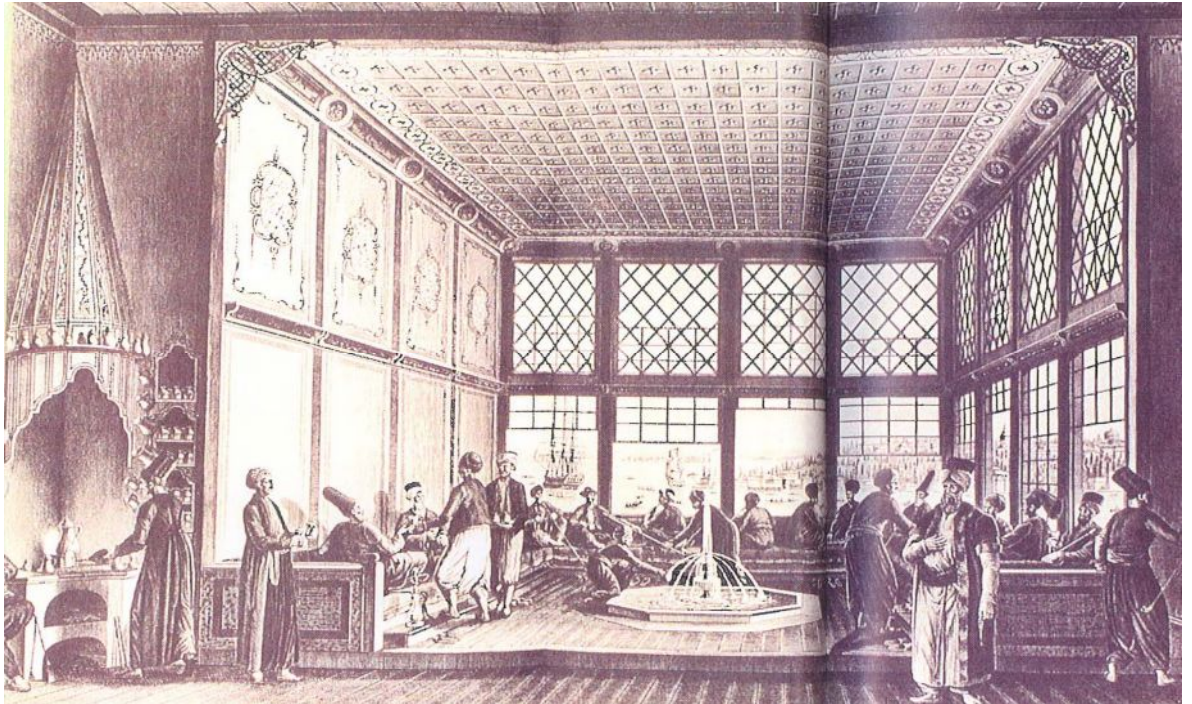
Daha önce Osmanlı kahvehaneleri hakkında genel bilgilerin verildiği bölümde de yer aldığı üzere kahvehaneler içerilerinde yer alan aktivite tipine göre farklı isimlendirilmekteydiler. Kahvehaneler bir kulüp gibi çalışmaktaydı. Başka bir deyişle; farklı kullanıcı grupları farklı tipte kahvehanelerin oluşmasına neden olmuştur. İç mekânın biçimlenişinde de bu farklılıktan kaynaklanan değişiklikler bulunmaktadır. Ayrıca kahvehaneler misafirlerin ağırlandığı yerler olarak da işlevleştirilmiştir.

Kahvehaneler üzerine kapsamlı araştırmalar yapan Heise'ye göre kahvehaneler ilk zamanlarda o dönemlerde kötü üne sahip olan şaraphaneler ve tavernalarla (sahipleri halk arasında en alt düzeyde görülmektedir) bir tutulmuştur. Zamanla bu yanlış kanı değişmiş ve "kahvehaneler, konuk ağırlanabilecek kamusal mekanlar" olmuştur (Heise, 2001:21). Heise ayrıca kahvehaneleri insanların inançlarını zedelemekten rahatlıkla gidebildikleri yerler olmasından dolayı da saygınlıklarının arttığını belirtmiştir. Bu durumu şu biçimde ortaya koymuştur: "inançlı bir

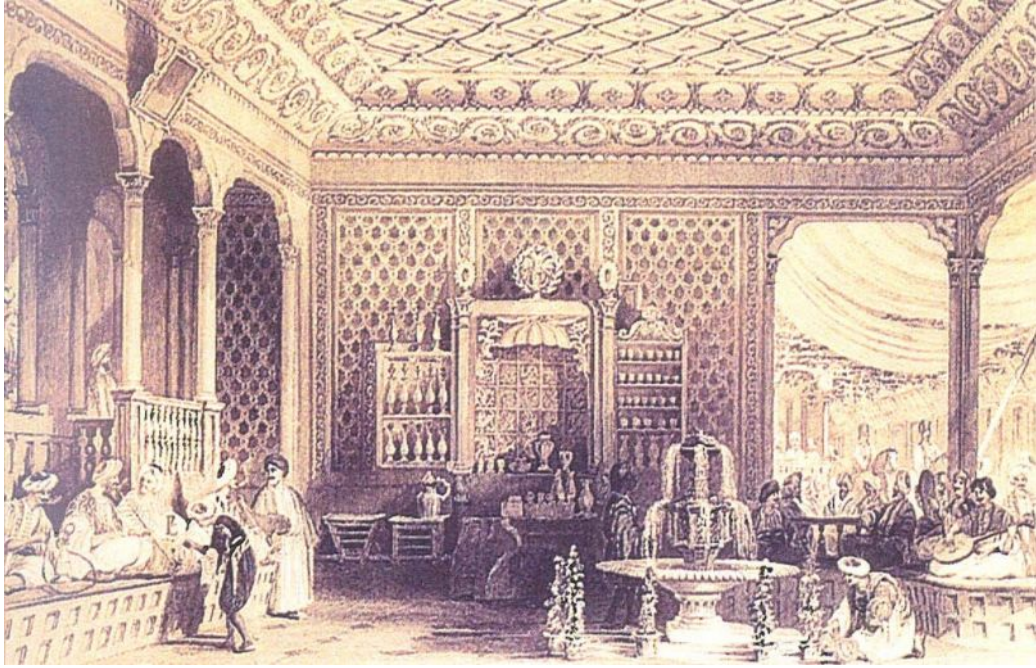
Müslüman'ın itibarının zedeleneceğinden korkmadan gidebileceği, eğlence, oyun ve oylanma olanakları sunan kamusal bir mekân doğmuştur.” (Heise, 2001:21).

Bu dönemde yapılan kahvehanelere ait fazla miktarda görsel kaynak bulunmamaktadır. Bu kahvehanelerin pek çokları yanmış ya da yıkılmıştır (Evren, 1996). Var olan görsel kaynaklara dayanarak kahvehanelerin iç mekânların üslup bakımından dönemin Osmanlı mimarisinin özelliklerine sahip olduğu söylenebilir.

Özellikle büyük şehir kahvehaneleri olarak nitelendirilen kahvelerin iç mekânlarında üslup olarak yoğun Osmanlı etkileri; hem oturma düzenlerinde, hem de iç mekânda kullanılan donatılarda görülmektedir. Aslında büyük şehir kahvehanesinin oturma faaliyetinin gerçekleştiriliş biçimi herhangi bir konakta yer alan oturma; misafir salonundan pek de farklı değildir.



Resim 15. 18.Yüzyılda Osmanlı Kahvehanesi 3 (Evren, 1996)



Resim 16. Tophane'de Bir Kahvehane (Evren, 1996)



Resim 17. Boğaziçi'nde bir Konak Oturma Salonundan Görüntü (Akşit Arşivi, 1996)



Resim 18. İstanbul'da Bir Konak İç Mekan Görüntüsü (Akşit Arşivi, 1996)

Yukarıda yer alan kahvehane resimlerine dayanarak, plan şemasında ortada bir havuz ile duvar kenarlarına yerleştirilmiş havuza bakan sedirli oturma düzeninin var olduğu görülmektedir. Ayrıca bu alan ortak kahvehane mekanından basamakla çıkılarak tamamen yükseltilmiştir. Bu oturma düzeninin de dönemin üslupsal özelliklerinden biri olduğu söylenebilir.



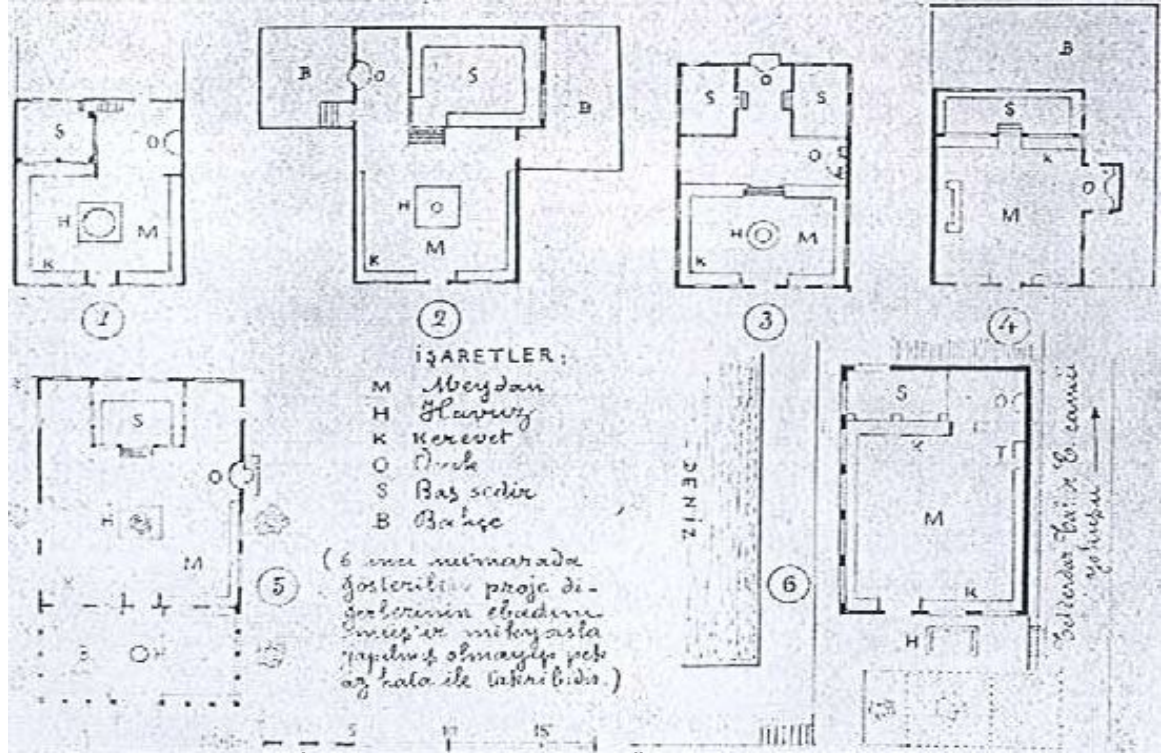
Resim 19.a



Resim 19.b

Resim 19 a/b. Kahvehaneden Baş Sedir Görüntüsü (Ünver, 1963) (Hattox, 1998).

Donatılardan sedirler ve orta alanda yer alan havuzun dönemin mimari üslubunun vurgulu özelliklerinden biridir. Ayrıca kahvehanelerin iç mekânlarında kerevetli (sedirli) baş sedirde bulunmaktaydı. Bu baş sedirler ocağın bulunduğu alanın karşısında merdiven yardımı ile ulaşılan etrafı da parmaklıklarla çevrili yerlerdi. Bu mekânın içinde 20 ila 25 kişinin oturabilmekteydi (Evren, 1996). Yukarıda yer alan iki resimde de baş sedir örnekleri görülmektedir.



Şekil 13. Kahvehane İç Mekan Plan Şemaları (Ünver, 1963).

Yukarıda yer alan plan şemaları 1962 de basılmış Türk Etnografya dergisinden alınmış olup, o da 1932 de Dr. Rifat Osman Bey tarafından kaleme alınmış ve Belediye Mecmuasının 87 sayısında basılmıştır. Bu plan şemaları farklı tipte biçimlenen kahvehaneleri göstermektedir. Görüldüğü üzere ortada yer alan meydan, meydanın ortasında yer alan havuz unsuru; bu meydanın etrafını saran kerevetli oturma; ocak alanı; baş sedir ve bahçe ortak unsurlar olarak değerlendirilebilir.

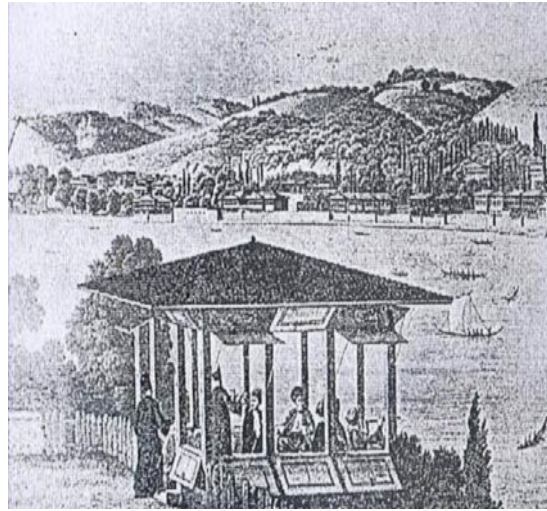
Bu plan şemalarına dayanarak, sıklıkla ortada bir meydanın yer aldığını söylemek doğru olur. Bazı durumlarda bu meydanın ortasında havuz da yer almaktadır. Heise' e göre havuz gibi unsurların mekânda yer alıp almaması kahvehane sahibinin ekonomik durumu ile doğru orantılıydı. Fakat her durumda meydanın etrafını kerevetli bir oturma düzeni yer almaktadır. Baş sedir ise, ortak oturma mekânının

dışında kalan bir köşede bulunmaktadır. Şemalarda görüldüğü üzere, baş sedir ortak mekândan yüksek ve merdiven ile ulaşılabilir durumdadır. Ocak ise orta mekânın dışında kalan bir başka köşededir. Merkezci bir düzende kurgulanan mekânın aktivite merkezleri ise çeperlere yerleştirilmiştir. Bu aktivite merkezleri mekânın büyüklükleri ve sahip oldukları geometrik şekillerle orantılı olarak farklılaşmaktadır. Ancak bu farklılaşma lokasyonlar arası ilişkilerde ve mekân içerisinde yer alıp almamak ile sınırlıdır.

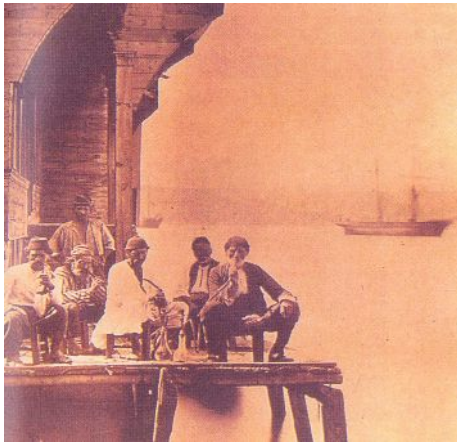
Dış ve iç mekân arasında oluşan ilişkilerin de iç mekân oluşumunda önemli etkileri olduğu söylenebilir. Var olan birçok örnekte iç ve dış mekân etkileşiminin kuvvetli olduğu görülmektedir. Gerek büyük açıklıklarla yardımıyla, gerekse birebir dış mekânda yer alan bahçelere taşan oturmalarla geçirgen bir iç ve dış mekân ilişkisi kurulmuştur. Bu durumun Osmanlı döneminde yer alan kapalı ev düzenden farklı bir biçimlenme olduğu söylenebilir.



Resim 20.a

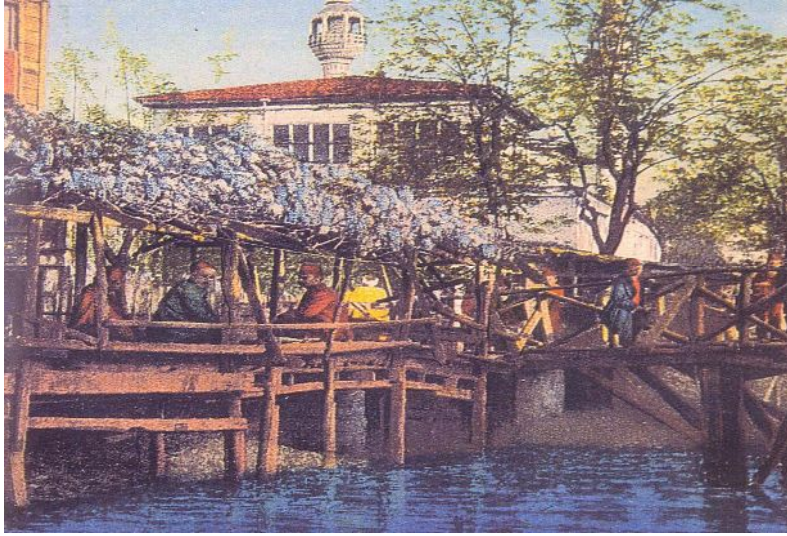


Resim 20.b



Resim 20.c

Resim 20.a/b/c. Osmanlı Kahvehaneleri Dış Mekan Görüntüsü (Ünver, 1963), (Evren, 1996).



Resim 21. Nehir Kenarında Dış Mekana Taşmış Bir Kahvehane (Evren, 1996).

Yukarıda yer alan kahvehane örneklerinde zaman zaman kahvehanenin dış mekânda yerleştiği görülmektedir. Özellikle İstanbul'da kahvehaneler güzel manzaralı yerlerde inşa edilmekteydi. Böylelikle kahvehanelerde manzara seyri önemli bir işlev olmaktadır. Örnek olarak Pier Loti kahvehanesinin öncelikle manzarasıyla bilinir olması gösterilebilir. Salah Birsal'e göre 1835 de İstanbul'u ziyaret eden İngiliz yazar Julia Pardoc Pier Loti kahvehanesinden görülen İstanbul manzarasını anlatmıştır. Kapsamlı anlatımının bir kısmı şu biçimde aktarılmaktadır.

“Eyüp tepelerinden görünen İstanbul manzarasına doyum olmaz. Güneş altında pırıldayan cami kubbelerinin altın alemleri ve gökyüzüne boy atmış beyaz minareleriyle ulu şehir Sarayburnu'na doğru, dalga dalga uzanır. Uzakta Asya toprağında Bulgurlu tepeleri, kuzey-doğuya doğru Boğaziçi sırtları görünür...” .(Birsal, 1975:52,53).



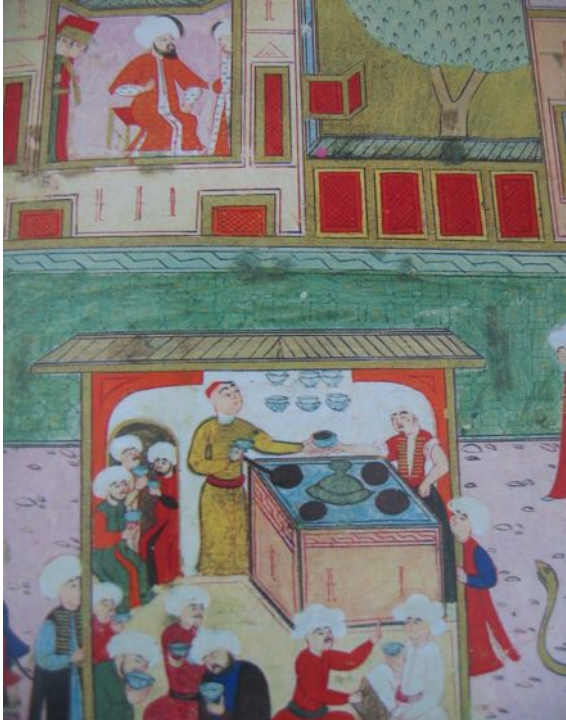
Resim 22. Pier Loti Kahvehanesi Dış Mekan Görüntüsü (Evren. 1996).



Resim 23. Kahvehane Dış Mekanında Havuz Unsuru (Ünver, 1963).

Bazı kahvehanelerde ise kahvehanenin kendi bahçesi oturuma uygun bir şekilde tefriş edilip iç mekânlarda uygulanan havuzlu kullanımı ile dış mekâna taşmaktaydı. Ayrıca iç mekânda da manzaraya göre yönelmiş büyük açıklıklar tasarlanmaktaydı. Heisel kahvehanelerde yer alan kuvvetli iç ve dış mekân etkileşimini şu sözleri ile vurgulamıştır:

“İç mekân dış mekân ayrımının mimariyle aşıldığı (kilitlenebilir pencere kanatları, duvarlarda büyük açıklıklar, dışarıya taşan çatıların altında peykelerin bulunduğu sütunlu revaklar, birden fazla yöne bakan bir ya da iki katlı ahşap kameriyeler) her yerde geçerli bir standart gelişmiştir. “ (Heise, 2001:25).



Resim 24. “Zanaatçılar Alayında Kahveciler Arabası” (Heise, 2001).



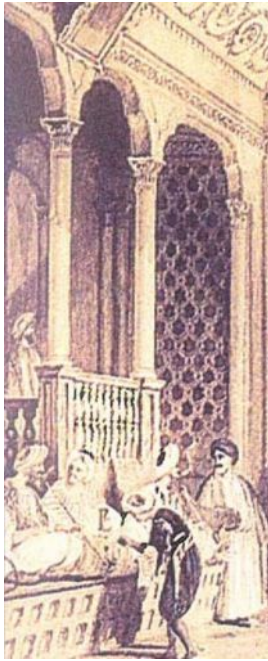
Resim 25. Kahvehane İç Mekanı Pencere Açıklıklarından bir Görüntü (Hattox, 1998).

İç mekânda hacimler arası ilişkiler de mekânın biçimlenişinde önemli etkiler yaratmaktadır. Baş sedirin, zaman zaman da orta meydanın giriş ve ocak alanından yükseltilmesi mekânın farklı hacimlere bölünmesine neden olmaktadır. Bu yükseklik ayrımı oturanların kademe olarak farklılığını belirlemek üzere yapılmış bir uygulama idi. İç mekânda yaratılan bu hacimsel farklılıklar mekânın daha dinamik algısının oluşmasına da neden olmaktadır. Örneğin; sedirde oturan ile meydanda oturan kişi arasında farklı mekânsal algı alternatifleri sunulmaktadır. Ayrıca görsel iletişimin olmasının mekâna bir zenginlik kazandırdığı düşünülebilir. Burçak Evren'de kahvehaneler üzerine yaptığı çalışmada ana mekânın (meydanın) giriş mekânından 20 ila 30 santim daha yüksek olduğunu belirtmiştir. (Evren, 1996). Baş sedirlikte nüfuslu kimselerin oturduğunu, kahvehaneyi sürekli kullanan müşterilerin ise baş sedirin yakınlarında yer aldığını söylemektedir.

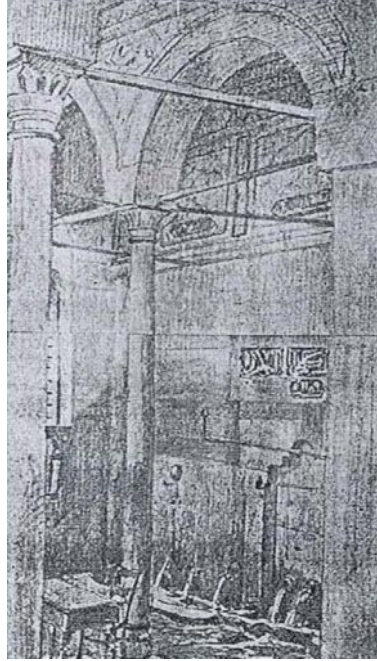
Anadolu'da da birçok kahvehane gezmiş ve bu kahvehaneler üzerine görüşlerini bildirmiş olan Rifat Osman Bey baş sedirliği şu sözleri ile tarif etmektedir:

“ocağın bulunduğu köşenin karşısında köşede 2 basamaklı, dar bir merdivenle çıkılan ve cami maksurelerine benzeyen etrafı parmaklıklı ve kerevetli 20, 25 kişilik bir baş sedir vardır.” (Ünver, 19629).

İç mekânda var alan taşıyıcı elemanlar da resimlerde görüldüğü üzere iç mekânda açıkta yer almaktadırlar. Zaman zaman kemerlerle birbirlerine bağlanan bu kolonlar dönemin üslubuna uygun süslemeler ile bezenmiştir. Kolonlar sadece taşıyıcı özelliklerinin yanı sıra iç mekânda dekoratif unsurlar olarak da görev yapmaktadırlar. Var olan resimlerde kolon başlarının ve tabanlarının ait oldukları dönemlere göre bezemelerinde farklılıklar görülmektedir.



Resim 26.a

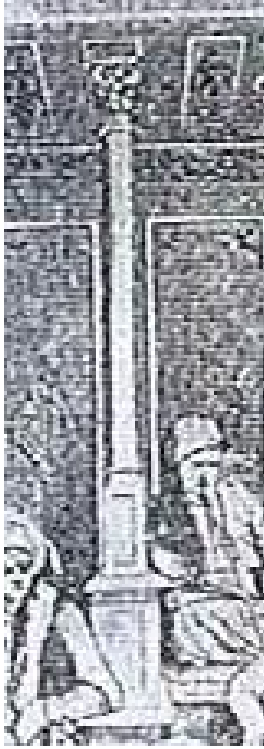


Resim 26.b



Resim 26.c

Resim 26.a/b/c. Kahvehane Kolon Kiriş Süslemeleri 1 (Evren, 1996) (Ünver, 1963) (Heise, 2001).



Resim 27.a



Resim 27.b

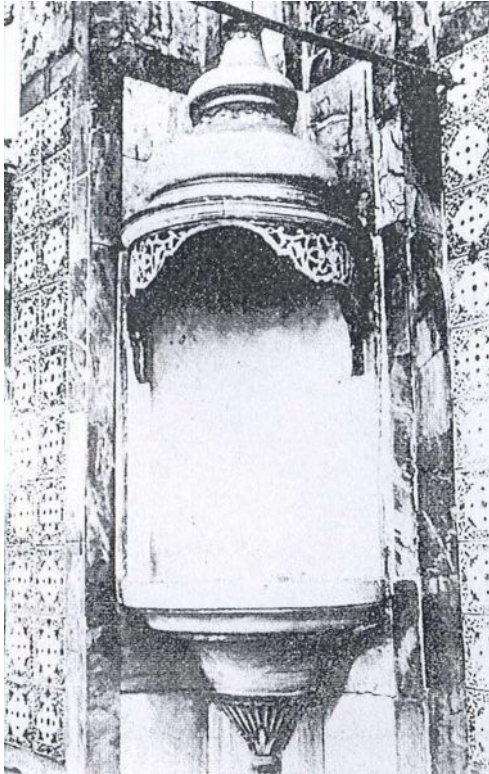
Resim 27a/b. Kahvehane Kolon Kiriş Süslemeleri 2 (Ünver, 1963).

Ayrıca kolon kiriş sistemi büyük pencere açıklıkları yaratabilmek için dışarıya bakan kısımlarda açıkta da bırakılmıştır. Daha önce de belirtildiği üzere kahvehanenin manzaraya yönelmesi önemli idi. Böylece kolon ve kiriş sisteminin olduğu gibi açıkta bırakılıp aralarının camlarla geçilmiştir.

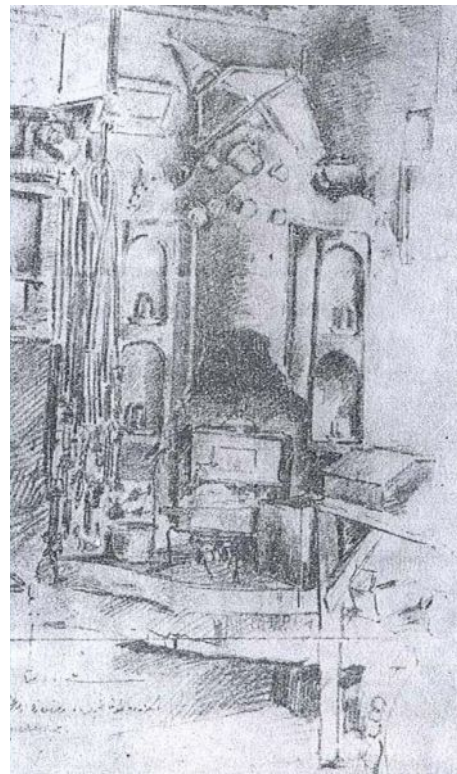
İç mekânda diğer dekoratif unsurlar değerlendirildiğinde ilk dönem şehir kahvehanelerinin oldukça bezemeli birçok dekoratif öge kullandığı görülmektedir. Bu bezemeler daha önce belirtildiği üzere kolonlarda, kirişlerde, duvarlarda tavanda ve daha birçok donatı elemanının biçimlenişinde kendini göstermektedir. Var olan görsel kaynakların birçoğu önde gelen şehir kahvehanelerini resim ettiği üzere bu mekânların bir nevi prestijli örnekler olduğu düşünülebilir. Bununla doğru orantılı olarak bezemelerin yoğun olması doğal karşılanabilir. Yukarıda yer alan kahvehane iç mekân görüntülerinde de yoğun süslemeler algılanmaktadır. Heise'de kahvehane üzerine yapmış olduğu çalışmasında bilinen kahvehanelerin iç mekân bezemelerini şu sözleri ile tasvir etmektedir: “seçkin dekorasyonlarda şatafatlı, çini süslemeli bir kahve ocağı ve tavana kadar uzanan kartonpiyer süslemeler vardır” . Heise sedirlerin de oymalarla süslü olduğunu belirtmiştir. Ayrıca “bu seçkin kahvehanelerin

bazılarının iç dekorasyonu bir Avrupalının hayal edemeyeceği kadar şatafatlıdır” (Heise, 2000: 26,27).

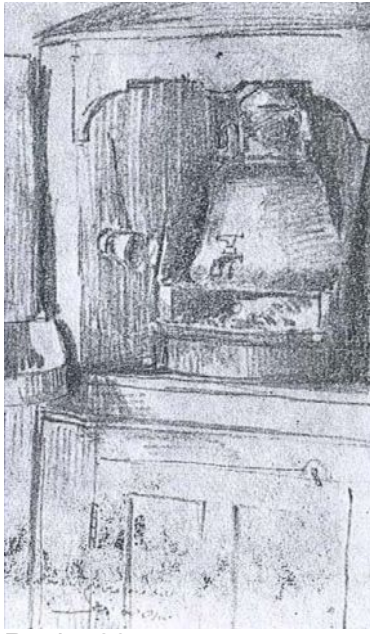
Kahvehane iç mekânlarında donatılar değerlendirildiğinde belli başlı donatıların birçok iç mekânda tekrarlı olduğu görülmektedir Bunlar ocak ve ocak etrafındaki raflı dolap düzeneği; oturma elemanları ve bunların kaplı olduğu malzemeler; paravanlar, nargile sehpaları, aydınlatma elemanları, havuz ve fıskiyelelerdir.



Resim 28.a



Resim 28.b



Resim 28.c



Resim 28.d

Resim 28 a/b/c/d. Farklı Kahvehanelerden Ocak Görüntüleri (Ünver, 1963) (Hattox, 1998).

Öncelikle kahvehanenin en önemli donatı elemanlarından biri olan ocak ele alınacaktır. Yukarıda yer alan resimlerden ocağın mekânın içinde görülür bir yerde konumlandığı algılanmaktadır. Başka bir deyişle ocak herhangi bir bölme olmaksızın orta mekân ile aynı hacim içerisinde yer almaktadır. Kahvehanenin en işlevsel donatı elemanı olan ocağa etrafında yer alan dolaplar ve raflarla yardımıyla birden fazla işlev yüklenmektedir. Aslında ocak ve etrafında cezvelerin ve fincanların yer aldığı raf ve dolaplar bir arada tek bir ünite gibi çalışmaktadır. Kahve ve kahvenin servisi bu ünite içinden yapılmaktadır.

Kahvehaneler arasında bir takım değişiklikler olsa da çoğunlukla ocaklar yoğun süslemelerle bezenmiş elemanlardır. Ayrıca ocaklar kahvehane iç mekânının çevreye en hâkim yerinde konumlandırılmışlardır. Ocağın iki tarafında kahve fincanlarının ve diğer malzemelerin yer aldığı raflar vardır (Evren, 1996). Birçok kaynakta bu rafların adı delik olarak da geçmektedir. Süheyl Ünver'in çalışmalarında yer verdiği Rifat Osman Bey gözlemelerine göre:

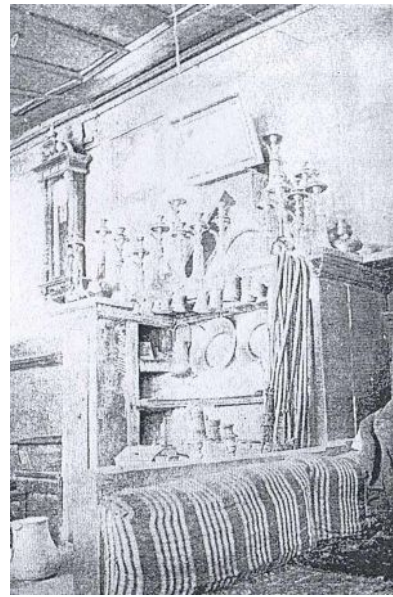
“Eski kahvehanelerde alçıdan inşa edilmiş müzeyyen başlıklı ve yaşmaklı bir zarif ocak vardır; bunun sağ ve solunda duvarın içine yapılmış etrafı kabartma alçı nakışlı raflar bulunur ki isimleri deliktir; fincanlar eski isimleri ‘tas’, zarflar sıralanmışlardır... deliklerin yakınında darca ve yüksek ve duvar içine oturtulmuş tahta kapılı dolaplarda önceleri çubuklar ve sonraları marpuçlar konulmuştur.” (Ünver, 1962:60).

Ayrıca Rifat Osman Bey kahvehane müdavimleri ve nüfuslu müşterilerin fincanları ve zarflarının ayrı bir rafta diğerleri ile aynı yerde olmadığını belirtmiştir. Ocak iç mekanda sadece kahvenin pişirildiği yer almaktan öte üzerine pek çok farklı anlamın da yüklendiği bir donatı elemanı olmuştur. İlk işlevi kahve pişirmenin yanı sıra; gelen müşterilerin prestij düzeyinin de göstergesi olmaktadır.

Kahvehanelerin bir diğer önemli donatı elemanları da oturma üniteleri olan sedirlerdir. Sedirli oturma düzeni o dönem Osmanlı konuk odası oturma düzeninden farklı bir üsluba sahip değildir. Sandalye kullanımı o dönemlerde Osmanlı'da henüz yoktu. Kerevet olarak da nitelendirilen bu oturma düzeni yerden 20 ila 30 cm yükseltilmiş üzeri yastıklı; minderli oturma yerleri idi. Türk dil kurumu tarafından kerevet “üzerine şilte serilerek yatmaya veya oturmaya yarayan, tahtadan seki, sedir, peyke” olarak tanımlanmaktadır. Dış mekânda kullanılan sedirler ise hasırlarla kaplıydı.



Resim 29.a



Resim 29.b

Resim 29 a/b. Sedirli Oturma düzenine Örnekler (Ünver, 1963).

Çoğunlukla orta meydanın çevresini saran bu oturma düzeni insanların birbirini rahatlıkla görebilmesini ve iletişim kurabilmesine zemin hazırlamaktaydı. Bu tür bir oturma elemanı donatıdan çok, yapının iç mekânda yer alan bir uzantısı gibi de algılanabilir. Görsel olarak duvarın bir parçasıdır; bir çıkıntısıdır. Bu durum duvarda kullanılan birçok raf ve dolaplar için de geçerlidir. Dönemin iç mekân biçimlenme

üslubunun kuvvetli bir yansımasıdır. Bu durumundan dolayı mekânda bölünmüş; parçalanmış bir algıdan çok bütüncül bir hacim algısı olduğu söylenebilir.

Ayrıca, sedirlerin üzerinde kullanılan kumaşların da iç mekânın atmosferinin renk ve doku oluşumunda önemli etkileri olduğu kesindir. Fakat o döneme ait hem renkli hem de yeterli miktarda kaynak bulunmamasından dolayı bu konuda gözlem oluşturulamamıştır. Zeminde ise sıklıkla halı kullanılmaktadır. Kahvehanede ayakkabılar çıkartılarak oturulmaktaydı. Bu nedenle, kullanımda halı pratik bir çözümdür. Ayrıca, önemli kahvehanelerde halıların da gerek dokusu gerek de motifleri ile başlı başına bir dekorasyon unsuru olduğu düşünülebilir. Konuk odası biçimlenişinden esinlenmeler tekstil kullanımı konusunda da kendini göstermektedir.

Bir başka önemli donatı elemanı ise meydanın ortasında yer alan havuz ve su unsuru idi. Hattox su kullanımını ile ilgili Thevenot'un 1700 lerdeki yazılarına yer vermektedir. Thevenot'un gözlemleri şu şekildedir:

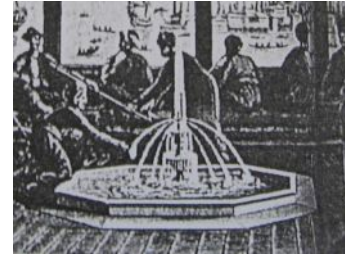
“Şam'ın bütün kahvehaneleri güzeldir; çok sayıda çeşme, kenarda akan ırmaklar, ağaçların gölgelediği alanlar, güller ve başka çiçekler, serin, dinlendirici ve hoş bir mekân” (Hattox, 1998:72).



Resim 30. a



Resim 30. b



Resim 30. c

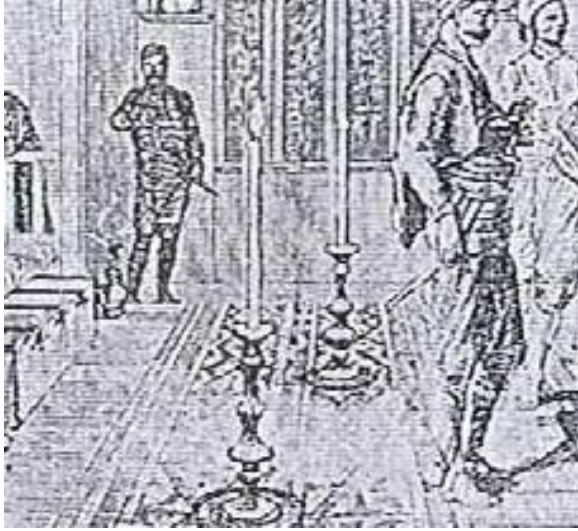
Resim 30 a/b/c. Kahvehane İç Mekanından Havuz Görüntüleri (Heise, 2001), (Hattox, 1998).

Yukarıda yer alan resimlerde görüldüğü üzere fiskiyeli havuzlar dekoratif birçok süsleme ile bezenmiştir. Su unsurunun kahvehane mekânında kullanımı çoğunlukla sesinin sakinleştirici etkisi ve verdiği serinlik içindir. Görüldüğü üzere kahvehanelerde havuz hem işlevsel, hem de estetik amaçlarla kullanılmıştır. Havuzun bezemeleri ile tamamen dekoratif bir elemana dönüştüğünü söylenebilir.

Heise kahvehanelerde sıralar, paravanlar, nargile sehpaları, müzisyenler platformu ve ayna gibi bir takım mobilyaların da bulunduğunu belirtmektedir. Heisel'e göre bu

mobilyalar kahvehane sahiplerinin ekonomik durumu ile doğru orantılıdır. Lüks kahvehanelerde bu mobilyaların çoğunun yer aldığını belirtmektedir (Heise, 2000).

İç mekânın gece aydınlatması ise ilk zamanlarda mumlu şamdanlarla yapılmaktaydı. Daha sonra kahvehane iç mekânı kandiller ile aydınlatılmıştır.



Resim 31.a



Resim 31.b

Resim 31 a/b. Kahvehane İç Mekan Aydınlatması (Ünver, 1963).

Yukarıda yer alan örneklerde görüldüğü üzere kahvehaneler tavandan asılı gaz lambaları ve mumlarla aydınlanmaktadır. Şamdanlarda ve lambalarda da yoğun süslemeler bulunmaktadır. Bu süslemelerin dönemim üslupsal etkilerini taşıdıklarını düşünülebilir. Özellikle mumun yer aldığı örnekte görüldüğü üzere şamdan kendi başına bir süsleme ögesi olarak mekânın ortasında yer almaktadır.

Yukarıda iç mekânlar üzerine yapılan genellemeler bir takım kahvehane örneklerinde farklılaşmaktadır. Buna meddah kahvehaneleri örnek teşkil edebilir. Meddah kahvehanelerinde oturma düzeni diğer kahvehanelerden farklı olarak meddahın performansını seyretmek üzere sahne ve izleyicilere hizmet edecek şekilde düzenlenmekteydi.



Resim 32. Osmanlı Döneminde Meddah Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü (Heise, 2001).

Karagöz oyunun oynandığı kahvehanelerde buna uygun sahne düzenlemeleri de yapılmaktaydı. Evren'e göre Semai (çalgılı) kahvehanelerinde de durum farklı değildi burada da sahneye benzeyen biçimlenmelerin olduğunu belirtilmiştir. Bu kahvehaneler klasik kahvehane ile tiyatro arasında bir mekân biçimlenişine sahipti (Evren, 1996).

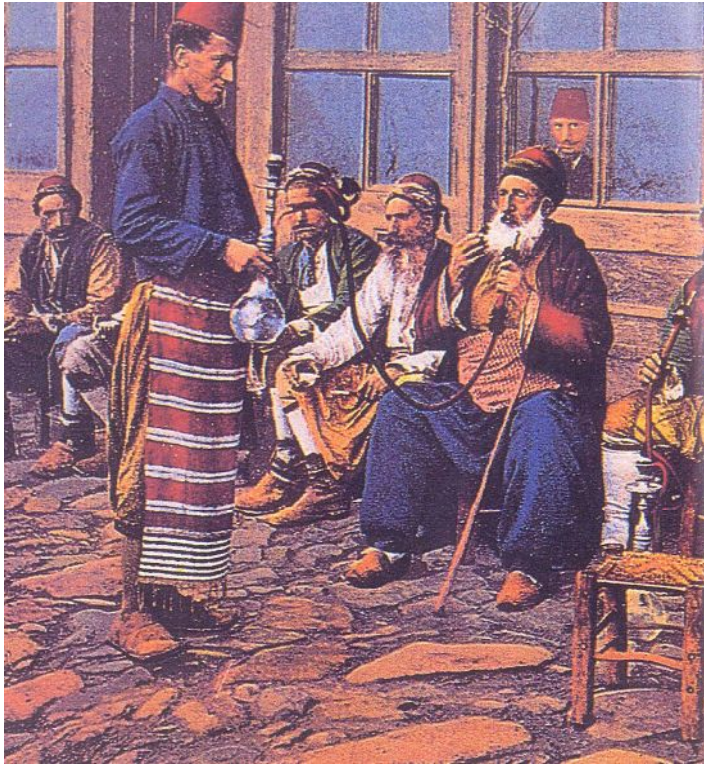
Ramazan ayında ise birçok çalgılı kahvehanede çeşitli eğlenceler düzenlenmekteydi. İç mekân çoğunlukla süslemeler ile donatılmaktaydı. Sadece süslemeleri ile ünlenen kahvehanelerin olduğu bilinmektedir. "Kimi süslemeler halk arasında dilden dile dolaşarak adeta kahvehanenin reklamı yapıldı" (Evren, 1996:66). Ramazan ayından sonra eski düzenlerine dönem kahvehaneler diğer Ramazan ayında tekrar süslenirdi. Daha önce de belirtildiği üzere, bu süslemeler genellikle grafon ve diğer parlak kâğıtlardan yapılmış olan süslerdi. Bunlar tavandan sarkıtılır ve sahnenin etrafını da süslerlerdi (Birsell, 1975).

Sayısı diğerlerine göre çoğunlukta olan bir diğer kahvehane tipi ise muhalle kahvehaneleriydi. Hemen hemen her mahallede yer alan bu kahvehaneler diğer büyük şehir kahvehanelerine nazaran daha az dekoratif unsurun yer aldığı kahvehanelerdi. Fakat bu kahvehanelerle ilgili yeterli görsel kaynak

bulunmamaktadır. Tez kapsamında çoğunlukla kahvehanenin dış mekân ile ilgili görsel kaynaklara ulaşılabilmektedir.



Resim 33.a



Resim 33.b

Resim 33 a/b. Mahalli Kahvehanelerden Görüntüler (Ünver, 1963) (Evren, 1996).

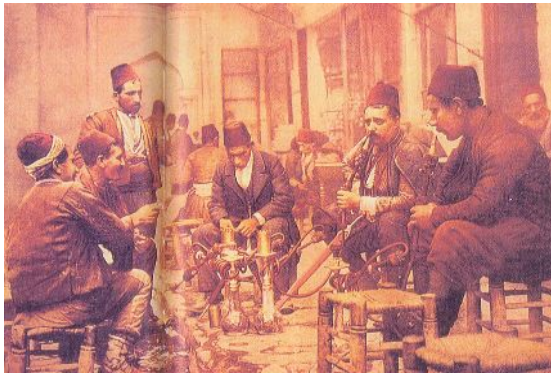
Mahalle kahvehaneleri üslup bakımından değerlendirildiğinde; genellikle herhangi bir üslup kaygısından çok işlevin gerçekleştirilmesi için temel bir takım pratik kararların

yer aldığını söylemek yanlış olmaz. Çok sayıda örnek olmamasına karşın bir takım unsurlarda mutlak üslupsal değerlendirmelerin yer aldığı düşünülebilir.

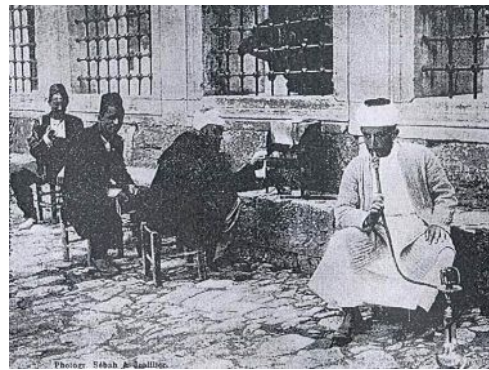
Bu kahvehanelerde iç ve dış mekân etkileşiminin çok kuvvetli olduğu kesindir. Bundan önce aktarılan büyük şehir kahvehanelerinde olduğu gibi bu kahvehanelerde de büyük açıklıklar ile iç ve dış mekân arasında kuvvetli görsel ilişki kurulmuştur. Dış mekânın kullanılabildiği mevsimlerde ise hemen hemen bütün oturma düzeninin dış mekânda kurgulandığı dahi söylenebilir.



Resim 34.a Mahalli Kahvehanede Dış Mekan Kullanımı



Resim 34.b



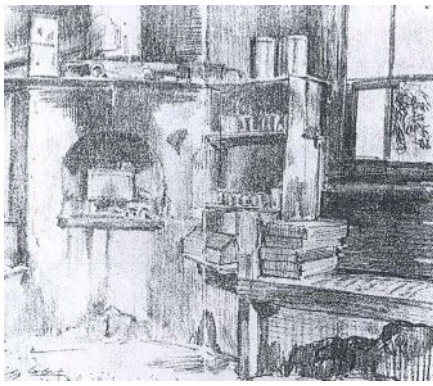
Resim 34.c

Resim 34 a/b/c. Mahalli Kahvehanede Dış Mekan Kullanımı (Ünver, 1963) (Evren, 1996)

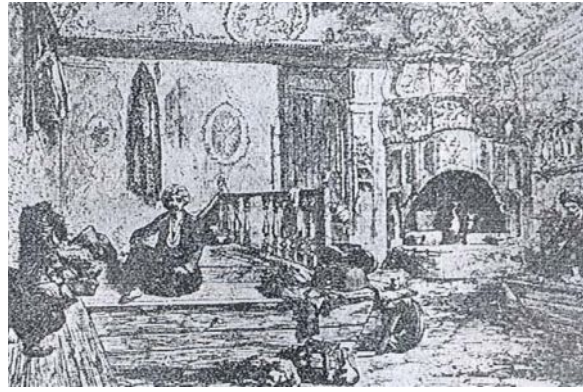
Yukarıda yer alan resimlerden de görüldüğü üzere dış mekân kullanımı birçok farklı oturma düzeni kurgusuna sahiptir. Resimlerde güneşten korunmak için dış mekânda kullanılan direklerin üzerine gerdirilmiş kumaşlar ve altında kullanılan hasırlı otuma

üniteleri ile ne denli pratik bir çözüm ile yarı açık bir oturma mekânının oluşturulduğu görülmektedir.

Mahalle kahvehaneleri donatı bakımından değerlendirildiğinde yine işlevin getirisi olan ocak, oturma düzeninde sedirler ya da hasır taburelerin kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca kahve yapımında ve sunumunda kullanılan aletlerin depolandığı raflarında yer aldığı kaynaklardan görülmektedir. Daha öncede belirtildiği üzere kahvehanenin sahibinin ekonomik durumu ile doğru orantılı olarak, kullanılan donanımın çeşitlendiğini düşünmek yersiz olmaz.



Resim 35.a



Resim 35.b

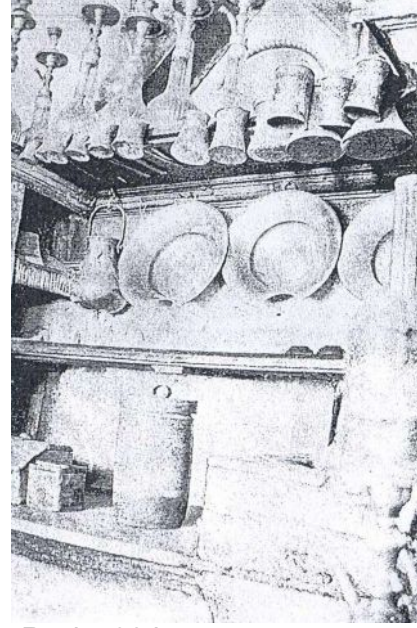
Resim 35 a/b. Mahalli Kahvehane Ocak Görüntüleri (Ünver, 1963).

Yukarıda bulunan kahvehane görüntülerinden de algılandığı üzere iç mekân da bulunan ocakların bir kısmı sade ve işlevinin dışında herhangi bir süsleme ve bezeme barındırmaz iken bir kısmı da üslupsal bir takım süslemelere yer vermiştir. Fakat ocak kısmının yine mekânın görülebilen bir bölümüne yerleştirilmiştir. Bir başka deyişle kahvehanelerin tipleri farklılaşsa da ocağın mekânın içinde yer aldığı konum her zaman ön plandadır.

Var olan görsel kaynaklardan anlaşılacağı üzere kahve yapımında ve servisinde kullanılan aletlerin mekânda kapalı dolaplar yerine açıkta raflara yerleştirilerek ya da asılarak konulduğu görülmektedir. Bu yapılanmanın herhangi bir üslupsal arayıştan çok işlevin getirisi ile doğru orantılı olduğu düşünülebilir.



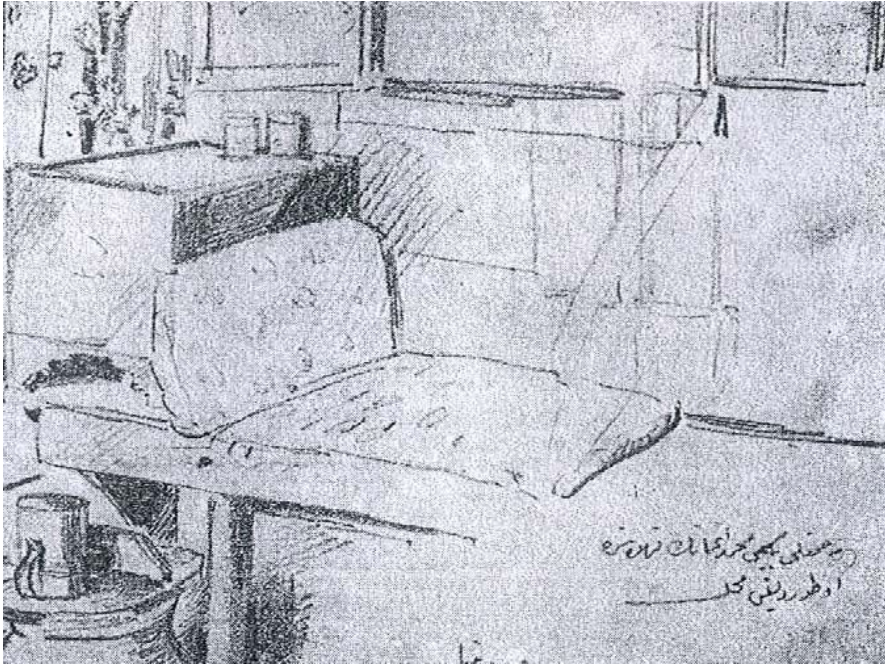
Resim 36.a



Resim 36.b

Resim 36 a/b. Kahvehane İç Mekanında Depolama Üniteleri (Evren, 1996) (Ünver, 1963).

Kullanılan oturma elemanların da ise ön plana çıkan tabureli oturmanın günümüze kadar gelen kahvehanelerin oturma düzeninin bir sembolü olmuştur denilebilir. Sedirli oturma düzeni de kahvehanelerin gerek iç mekânlarında, gerekse dış mekânlarında görülmektedir.



Resim 37. Mahalle Kahvehanesi Sadirli Oturma (Ünver, 1963).

5.2. CUMHURİYETİN KURULMA AŞAMASINDA VE İLK DÖNEMLERİNDE KAHVEHANELERİN İÇ MEKANLARININ İRDELENMESİ

Değişen toplumsal yapıların doğrultusunda ve zaman içerisinde kahvehanelerin de görüntüsünde değişiklikler oluşmaya başladı. 19. yüzyılda ise daha çok kıraathanelerin açıldığı belirtilmektedir. Matbaanın da bulunması ile bu kıraathanelerin kullanıcı sayısı da artmıştır. Birçok kaynakta bu kıraathanelerde okuma yazma bilmeyenlere gazetelerin okunduğu belirtilmektedir. Şule Çizmecî'nin anlattıklarına göre; bazı kahvehanelerin alt katında matbaaların dahi var olduğunu bildirilmektedir. Çizmecî'nin aktardıklarına göre, 1908 Jöntürkler'in devrim hareketlerinin oluşum süreçleri kıraathanelerde geçer. "1918–1922 arası dönemde İstanbul'da kahvehanelerde gizlice ulusalcı gazeteler okunuyor, hatta buralar gizli mühimmat deposu gibi, kahvehanelerden Anadolu'ya silah sevkiyatı yapılıyordu" (Çizmecî, 2005:3).

Ayrıca Avrupa'yı ziyaret eden Jöntürkler'in orada yer alan kahvelerden etkilenerek modern kahve görüntüsünü ülkelerinde uygulama isteği de kahvehanelerin tasarımında birçok değişikliklerin oluşmasına neden oldu. Avrupa'da yer alan kahvelerin yeni örnek olarak değerlendirilmesi ve bu yönde değişikliğe gidilmesi, geleneksel kültürün etkilerini taşıyan kahvehanelerin o dönem kısıtlı bir kesimin kullanıldığı yerlere dönüştürmüştür. Fakat bu biçimsel değişikliğe birçok kahvehanenin direndiği de belirtilmektedir. (www.istanbul.gov.tr).

Bu yenileşme diğer bir dille Avrupalılaşma hareketi ile birlikte kahvehanelerin orta mekânlarında yer alan fıskiye havuzları kaldırıldı. Çoğunlukla orta da boş kalan alan orkestraya ayrıldı. Avrupa'dan alınan örneklerle oturma biçimleri de değişti. Sandalyeler ve masalar kullanılmaya başlandı (Georgeon, 1999). Bu çabalar Viyana kahvehanelerine benzeme çabası olarak değerlendirildi.

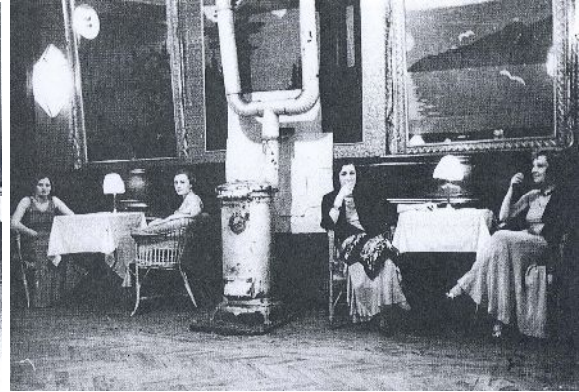


Resim 38. Yüzyılın Başında Kahvehane Dış Mekanı (Evren, 1996).

Özellikle Kırım Savaşından sonra ülkeye gelen yabancıların İstanbul'da İstiklal Caddesine yerleşmeleri bu semtte biçimlenen kahvehanelerin görüntüsünde de büyük değişiklik olmasında etkindir. Kadın garsonların çalıştırıldığı, yoğun gün ışığının iç mekâna alınmasına özen gösterilen bu mekânlar, geleneksel kahvehanelerden çok farklı bir görüntü oluşturmaktaydı (Georgeon, 1999).



Resim 39.a

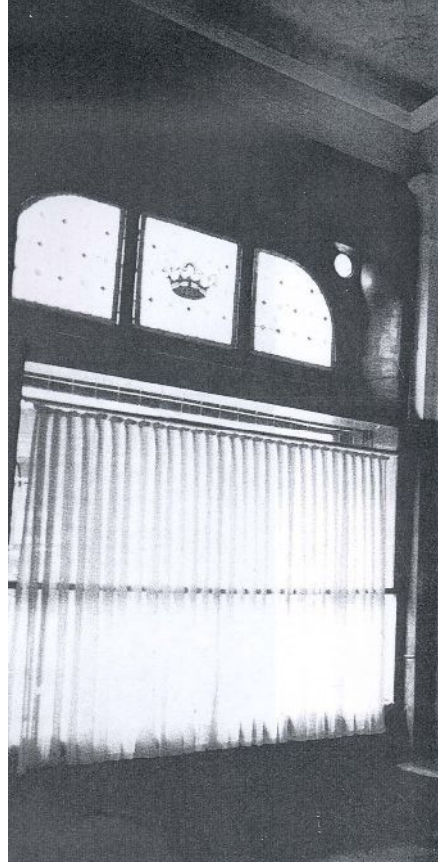


Resim 39.b

Resim 39 a/b. Beyoğlu'nda Eğlence Mekanları (Giz, 1930).



Resim 40.a



Resim 40.b



Resim 40.c

Resim 40.a/b/c Beyoğlu'nda Markiz Pastanesi İç Mekan Görüntüleri (Eminoğlu, 2001).

Beyoğlu'nda açılan dönemin eğlence mekânlarına bakıldığında bir kahvehane anlayışından çok farklı bir yapılanmanın biçimlenmekte olduğu algılanmaktadır. Süheyl Ünver kahvehaneler üzerine yaptığı çalışmasında dönemin Beyoğlu kahvehaneleri iç mekânını tasvirlerine yer vermektedir. O dönem adı Lüksemburg Kahvesi olan mekân “eni ve boyu gayet geniş, duvarları kâmilten aynalarla donanmış, peykeleri kadife kaplı, tavanı yaldızlı nakışlarla süslü bir mükellef yerdî.” (Ünver, 1967:67).

Dönemin batılılaşma hareketi ile birlikte kahvehane iç mekânlarının görüntüleri eski ve çağ dışı olarak değerlendirilmekteydi. Tanzimat döneminde sonra ülkenin önde gelen aydınları tarafından kahvehaneler yetersiz ve kötü mekânlar olarak nitelendirildi. Bunlar arasında en göze batan örneği Serdar Öztürk'ün, kahvehaneler üzerine yazdığı kitapta, Ahmet Mithat'ın romanından aldığı şu sözlerle teşkil etmektedir;

“Efendim hayat diye buna derler. Mesela yemekten sonra bir kahve içeceksiniz. Şimdi gidip de tütün dumanından ocak bacası halini bulmuş kahve ocağı yanında yanan bir kör kandil ile tavana asılmış bulunan pis mundar bir lambanın tenvirinden aciz bulunmuş olduğu o bizim eski kahvehanelerde enfiyeli herifin elinden kahve alarak ve afyon tiryakilerinin öksürüklerini dinleyerek içmekte ne zevk olabilir?”. (Öztürk, 2005:112).

Öztürk (2005) kahvehanelerin cumhuriyet dönemi ve iktidar ilişkilerini incelediği kitabında aslında kahvehanelerin özellikle muhalle ölçeğinde birer kulüp gibi çalıştığını vurgulamaktadır. Öztürk kahvehanelerin, tezin önceki bölümlerinde de vurgulandığı gibi, sadece kahve içilmek için gidilen bir yerden fazlası olduğunu belirtmektedir. Öztürk'e göre cumhuriyet döneminde kahvehaneler ile iktidardaki değişiklikler direkt ilişkilidir. Kahvehaneler siyasetin tartışıldığı, ülkenin problemlerinin değerlendirildiği, haberleşmenin yapıldığı yerlerdir. Kitabında dönemin değişim sürecinde Viyana kahvelerine benzeme üzerine basında yapılan değerlendirmelere de yer vermektedir.

“Viyana'nın hususiyetlerinden biri de mahalle kahvehaneleridir. Bizde mahalle kahvehanesi denince, bir sürü ihtiyarın ve işsiz güçsüz delikanlının pis tahta peykelerde bağdaş kurup altmış altı oynadıkları berbat bir kulübe gözümüzün önüne gelir. Hâlbuki Viyana'da mahalle kahveleri, kadınlı erkekli bütün mahalle halkının bilhassa geceleri toplandıkları bir nevi aile kulübüdür. Kadınlar oraya işleri ile gelirler, erkekler siyasetten bahsederler. Günün işlerini konuşurlar, kadınlı erkekli aile oyunları oynanır. Velhasıl Viyana'nın mahalle kahveleri, bütün bir mahalle halkının kadınlı erkekli, gençli ihtiyarlı bir araya toplayan, onlara günün

yorgunluğundan sonra hoşça, temiz bir vakit geçirten müesseselerdir.” (Öztürk, 2005:113).

Yukarıda yer alan alıntıdan da anlaşılacağı üzere dönemin yoğun tartışmalarından biri de kahvehanelerin sadece erkekler tarafından kullanılmasının aile hayatını kötü yönde etkilediği üzerineydi. Erkeklerin zamanlarının çoğunu kahvehanelerde geçirmelerinin aile yapısında olumsuz etkiler oluşturduğu düşünülmekteydi. Ayrıca kahvehaneler Viyana kahvehanelerinin karşıtı olarak karanlık ve temiz olmayan yerler olarak nitelendirilmekteydi. Özellikle mahalle kahvehanelerinin bakımsız hallerinin çevrede görsel kirlilik yarattığı üzerine de birçok eleştiri yapılmaktaydı.

1935 yılında İçişleri bakanlığı kahvehanelerin yenilenmesi üzerine bir takım çalışmalarda bulundu. Bu çalışmalarda örnek alınan Viyana kahvehaneleri oldu. Kahvehanelerde yapılması gerekli görülen bir takım değişikliklerden bazıları şunlardı: her kahvehanede bir radyo bulundurulma zorunluluğu; mekânda bir kütüphanenin bulundurulması; sigara, oyun ve gazete okumak için ayrı bir salonun yer alması gibi. Hükümet bu örnek kahvehanelerin kurulması için destekler verdi. Fakat birçok küçük kahvehane bu beklentileri karşılamayı ret etti ve bu masrafların kendilerinde ekonomik sıkıntı yaratabileceğini belirttiler (Öztürk, 2005).

1935 takip eden yıllarda bazı belediyelerde kahvehaneleri yenileştirme yolunda bir takım yönetmelikler oluşturdular. Bunlardan örnek olarak Mardin belediyesinin kahvehanelerin içinde birer asi tuvalet yaptırma konusunda tenkitleri gösterilebilir. Öztürk çalışmasında ayrı ayrı her belediyenin iyileştirme çalışmalarına detaylı bir şekilde yer vermektedir. Birçok farklı belediye tarafında farklı zamanlarda yapılan iyileştirme çalışmalarında yer alan bir takım öneriler şu şekilde özetlenebilir:

- İç mekân yüksekliğinin en az dört metre olması
- İç mekânın alanının altmış metre kareden az olmaması
- Antrenin yer alması
- Havalandırma ve tuvaletin bulunması.
- Zeminlerin betonla döşenmesi
- Pencere ve kapıların yapımında özenli olunması
- Masaların üzerlerinin mermer, mozaik veya camdan yapılmış olması
- İç mekânın yağlı boya ile boyanması

- Hasır iskemleler yerine ahşap olanların tercih edilmesi

Aslında yukarıda ön görülen iç mekân değişiklik önerilerine dayanarak denilebilir ki; öncelik temizlik üzerinedir. Başka bir deyişle kahvehanelerin ıslah edilmesi yolunda yapılan çalışmalarda bu mekânların en azından sıhhi bir yer olması gerekliliği önceliklidir. Örnek olarak; hasır iskemlelerin kullanımına karşı çıkılması, bu taburelerin kolaylıkla temizlenememesi ve içerilerinde mikrop barındırma ihtimalinin bulunmasındandır.

Mekânın büyüklüğünü üzerinde yaptırımların da ise küçük bir mekânda çok sayıda insanın barınmasından kaynaklanan problemleri ortadan kaldırmaya yöneliktir. Kalabalıktan kaynaklanan yoğun sigara dumanı havalandırma problemleri yaratmaktaydı. Pencere ve kapıların yapımında özenli olunması konularının ise dış cephede temiz bir görüntünün oluşturulma çabasından kaynaklandığı söylenebilir.

Yukarıda yer alan zorunluluklar zaman zaman uygulansa da genele yayılamamıştır. Daha önceden de belirtildiği üzere; küçük ölçekli mahalli kahvehanelerin çoğunluğu bu uygulamalara karşı çıkmışlardır. Kahvehaneleri kullanan insanların da bu yönde yoğun talepleri olmamasından dolayı, mekân sahipleri bu durumdan rahatsızlık duymamaktaydılar. İkinci dünya savaş döneminde de denetlemelerin aksaması ile değişiklikler yeterli miktarda kontrol edilememiştir.

Mimari üslup arayışlarında da Ulusal mimarlık olarak adlandırılan ve kültürlerin özgün tasarım biçimleri dışında ortak bir dilin oluşmasına yönelik çalışmalarda yer almaktaydı. Bu yaklaşımın Modernlik olarak değerlendirilmekteydi. Ülkede de bu akımların etkileri görülmekteydi. Bu nedenle kültürel; geleneksel değerlerin içerisinde yer aldığı birçok biçim göz ardı edilmekteydi. Başka bir deyişle; mimarlık alanında da kültürel özellikleri barındıran biçimlenmeler değersizleştirilmekteydi.

Fakat ikinci dünya savaşı döneminde Avrupa da yaşanan milliyetçi hareketleri Türkiye’de de etkilerini göstermeye başladı. 1940’ ların başına denk gelen bu dönemlerde mimarlıkta ulusal değerler tasarımda ön planda yer almaya başladı. Uluslararası bir üslup arayışın dışında, hem ulusal hem de çağın gerekliliklerine cevap verebilecek bir sentez oluşturulmaya başlandı.

Kahvehaneler de bu sosyal değişim sürecinden etkilendi. Terk edilen kültürel üslup arayışlarına geri döndü. İstanbul Belediyesi kahvehanelerde milli etkilerin geri dönmesini destekler bir tutum sergileyerek Sedat Hakkı Eldem'den iki tane kahvehane tasarlamasını istedi. O dönemde İstanbul'da geleneksel Türk evlerinden esinlenerek projelerini biçimlendiren Sedat Hakkı Eldem bu kahvehane projesinde de bu tutumunun devamını sergilemiştir. Eski Türk kahvehanelerinde yer alan orta alanı boş bırakıp çeperlerde sedirli oturma düzeni bu kahvehanelerde de uygulanmıştır. Ayrıca modern etkilerinde görüldüğü bu kahvehaneler, eskilerine nazaran birden fazla büyük salona sahiptiler. Bir başka değişiklik ise kahvehanelerin iç mekânlarında bar ve orkestra için de yer ayrımları idi (Öztürk, 2005:268).

Kitabında o döneme ait Cumhuriyet gazetesinde bulunan bir yazıya yer veren Öztürk bu konunun halk tarafından nasıl değerlendirildiğini ortaya koymuştur.

“Belediyelerimizin sanat, tarih ve turizm bakımından alkışlanmaya değer bir teşebbüsü var. İstanbul'da şark kahveleri açılacağı uzun zamandan beri gazetelerde yazılıp duruyor. Son verilen haberlere göre bu karar pek yakında kuvveden fiile çıkmak üzeredir. Gerek şehrimiz ve memleketimiz halkı, gerekse yabancı seyyahlar, ziynet ve güzellik hususunda dillere destan olmuş Türk mimarisinin şaheseri olarak inşa edilecek kahvehanelerde, eski Türk kumaşlarıyla bezenmiş eşya arasında kahve, çay, nargile içerek bir an mazinin, bin bir tatlı hatıra uyandıran havası içinde yaşacaklardır.” (Öztürk, 2005:269).

Yukarıda yer verilen alıntıya dayanarak denilebilir ki; kahvehanelerde geriye dönük biçimlenmeler istenilen bir durumdur. Bu tür bir nostalji kahvehanelerin eskiye dönük biçimlenmesini destekler bir durum yaratmıştır. Eski kahvehanelerin takdir edilerek anılmasına bir başka örnek de oturma şekilleri üzeri yapılan bir karşılaştırmada görülmektedir. O dönemde basılan bir dergiden alınan yazıda şu değerlendirme yer almaktadır:

“Gazinoda oturacak yer tahta veya demir ve yüksek sandalyedir; eski alaturka kahvede oturacak yer alçak ve hasır iskemledir. Hangisi daha rahat ve dinlendiricidir? Yüksek gazino sandalyelerinde yük ayaklara biner; ancak hasır sandalyede ayakta yük yoktur, dinlenir. Bu müşahedeyi ilk yapan, eski alçak kahve iskemlesinin konfor sırrını ilk keşfeden merhum mimar Kemalettin olmuştur.” (Öztürk, 2005:270).

Fakat bu proje de belediye tarafından o dönemde savaş nedeni ile oluşan zor koşullardan dolayı gerçekleştirilememiştir. Sedat Hakkı Eldem ise daha sonra İstanbul Maçka'da Şark Kahvesi adında bir kahvehane inşa etmiştir. Bu yapı iç mekânı ile eski Türk kahvehanelerinden esinler taşımaktadır. Orta mekânda

havuzlu oturma alanının yer aldığı bu mekânda oturma da eski örneklerde yer aldığı gibi sedirli oturma düzenindeydi. “mermer zeminli yayının tavan ve saçakları ahşap kaplıydı ve üç yönde açılan kollarından biri, dört büyük payanda üzerine oturtulmuştu” (Öztürk, 2005:271).



Resim 41.a



Resim 41.b



Resim 41.c

Resim 41 a/b/c. Şark Kahvehanesi Dış Mekan Görüntüleri

O dönem ‘Amcazade Köprülü Hüseyin Paşa’ yalısının bir taklidi olarak değerlendirilen bu yapı Taşlık Şark Kahvesi olarak da anılmaktaydı. Geleneksel Türk mimarisin tipik bir örneği olarak anılan yapı örnek aldığı yalının iç mekânından da esintiler taşımaktaydı.



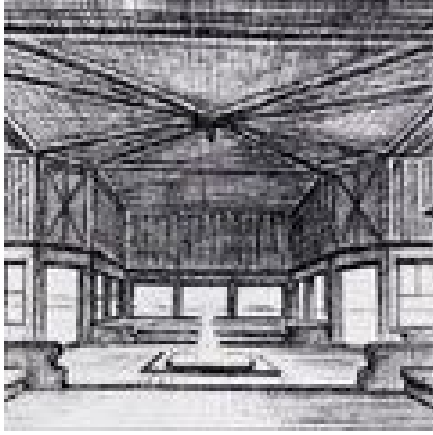
Resim 42. Catennacci Tarafından Resmedilen Amcazade Köprülü Hüseyin Paşa Yalısının Divanhanesi (www.boyutpedia.com).



Resim 43. Sedat Hakkı Eldem Tarafından Resmedilen Amcazade Köprülü Hüseyin Paşa Yalısının Divanhanesi (www.boyutpedia.com).

Yukarıda yer alan iç mekân görüntüleri yalının Divanhane olarak isimlendirilen iç mekânına aittir. İlk perspektif çizimi 19. yüzyılın ortalarında Catennacci tarafından resmedilmiştir. Diğer perspektif ise Sedat Hakkı Eldem tarafından resmedilmiştir. Yukarıda yer alan iç mekân plan şemasının Osmanlı dönemine ait eski kahvehanelerinin plan şeması ile benzerlikler taşıdığı söylenebilir. Orta alanın boş

bırakıldığı ve mekânın çeperlerine yerleştirilen sedirli oturmaların kullanımı eski dönem kahvehanelerindeki uygulamalarla benzeşmektedir (www.boyutpedia.com).



Resim 44.a



Resim 44.b

Resim 44 a/b. Taşlık Kahvehanesi İç Mekan Perspektif Çizimleri (www.arkiv.arkitera.com)

Yukarıda Sedat Hakkı Eldem'in daha sonra inşa ettiği Taşlık Kahvehanesinin iç mekânın çizimleri yer almaktadır. Görüldüğü üzere mekân geleneksel Türk mimarının etkileri taşımaktadır. Fakat modern mimarının sadelik anlayışından da esinlenmektedir. Ait olduğu dönem ve geleneksel mimarının bir sentezi olduğu düşünülebilir.



Resim 45. Taşlık Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü (www.arkiv.arkitera.com)

Yukarıda yer alan resim ise kahvenin iç mekânından alınmıştır. Resimde orta alanda yer alan havuz ve sedirler görülmektedir. Geleneksel mimarının yoğun süslemeleri yanı sıra sade ahşap süslemeler yer almaktadır. Fakat plan şemasının

eski kahvehanelerin şemaları ile aynı düzene sahip olduğu görülmektedir. 1940 ların sonunda eskiye yönelen geleneksel bakış açısı ile yapılmış Taşlık Kahvesi o dönemin tasarım kaygılara iyi bir örnek olduğu düşünülebilir. Bir otel inşaatı için yıkılan Taşlık kahvesi yeniden inşa edilmiştir. Bu yapı şu anda Türk yemeklerinin servis edildiği bir restorana dönüştürülmüştür.

Daha önce de belirtildiği üzere 2. dünya savaşı sırasında kahvehaneler üzerinde yapılan denetlemelerde aksaklıklar olmuştur. Bu aksaklıklarla birlikte denetlemeler azaldı ve kahvehanelerin birçoğu yenileşme hareketlerinin dışında kaldı. Sayılarında yapılmaya çalışılan kısıtlamalarda da gerçekleştirilemedi. Böylelikle, mahalle ölçeğindeki kahvehaneler iç mekânlarında görsel bir takım yenileşme kaygısından bağımsız hareket ettiler.

1950 lere gelindiğinde ülkede kahvehanelerin dışında pastaneler, kahveler, restoranlar gibi birçok farklı sosyalleşme mekânı açılmaya başlandı. Osmanlı döneminde tek sosyalleşme alanı kahvehanelerin yerini birçok farklı işlevlerle dönüştürülen mekânlar aldı. Bu mekânların birçoğu örnek olarak Avrupa'da yer alan tiplerden esinler taşımaktadır. 1970 lerde neskafenin de kullanılmaya başlanması ile farklı kahve içme kültürleri de oluştu. Ayfer Tunç'un (2001) kitabında yer verdiği üzere kahveye Türk kahvesi olarak isimlendirilmesi dahi neskafenin gelişinden sonradır. Geleneksel kahve neskafe ile arasındaki farkı belirtmek üzere Türk kahvesi olarak adlandırıldı. Çay kültürünün de ülkeye yerleşmesi 2. dünya savaşı sonrasındır.

Bütün bu değişim süreci içerisinde kahvehaneler Türk haklının genelinde geri planda kalmış olan sosyalleşme alanları olmaya başlamıştır. Mahalle ölçeğinde yer alan kahvehaneler sadece erkeklerin boş vakitlerini harcadıkları yerler olarak değerlendirildi. Osmanlı döneminde ait büyük şehir kahvehaneleri hemen hemen yok oldu. Kahvehanelerin yerini alan sosyalleşme alanları ise kahvehanelerin kullanım amacından farklı bir konumdaydı. Açılan yeni kahveler yurt dışındaki örneklerinin benzeri olarak, insanların gelip bir arada yemek yiyip sohbet ettikten sonra ayrıldıkları yerlerdi. Belli bir kullanıcı grubu olmasına karşın içerisinde kahvehanelerin sahip olduğu geniş sosyo-kültürel yapılanmanın yer almadı düşünülebilir.

Dönemin kulüp mantığı ile çalışan kahvehanelerine çok az örnek yer almaktaydı. Rutin olarak kullanılan ve müdavimlerinin olduğu, her konuda sohbetlerin yapıldığı; haberleşmenin yürütüldüğü; farklı birçok iş sahasının mensupları tarafından özelleşen (iş ilanlarının dahi yer aldığı) ve bunun gibi birçok işlevi bir arada üstlenen kahvehaneler artık dönüşmekteydi. Kırsal kesimde halen bu mantıkta kullanılan kahvehanelerin bulunmasına karşın şehirlerde sayıları hiç denecek kadar azdı. Daha öncede belirtildiği üzere kahvehaneler işsizlerin boş vakit geçirdikleri izbe yerler olarak nitelendirilmekteydi.

5.3. GÜNÜMÜZ KAHVEHANELERİ İÇ MEKANLARININ İRDELENMESİ

1990lı yıllarla birlikte batılı örneklerin daha yaygın bir biçimde kullanıldığı görülmektedir. Aslı Tokman tezinde bu dönemin kahvelerinde oluşan değişimi konusunda Hannerz'in düşüncelerine yer vermektedir. Hannerz'e göre bu dönem batı kapitalizmin ulusal biçimleri değersizleştirdiği bir dönemdir. Dünyanın her yerinde hızla yayılan yeme içme zincirleri Türkiye'de de yer bulmaktaydı. Yeme içme kültüründe oluşan bu değişimin kahvehaneleri daha geri planda bırakan bir etki yarattığı düşünülebilir. Fakat Hannerz'e göre bir kaç sene sonra Türk kültürünün yeme içme tiplerini öne çıkartan oluşumlar gerçekleşmiştir. Bunlara örnek olarak Türk çay evleri, kahvehaneler (nargile içilen kafeler) ve mantı sunulan restoranları örnek vermiştir.

Bugüne gelindiğinde yemek ve içmek işlevi ile sosyalleşilen alanlara birçok farklı başlık altında isimlendirildiği görülmektedir. Kafeler, pastaneler, restoranlar, barlar, gece kulüpleri, kafeteryalar, bilardo oyun salonları, çay evleri, simit sarayları gibi. Ayrıca internet kafeleri de çağın teknolojik gelişimlerine karşılık vermek üzere kurulan iç mekânlar olarak değerlendirilebiliriz. Hürriyet 2006 tarihli gazetede "Kahveler Internet kurbanı oldu" başlıklı bir yazı yer almaktadır. Yazı internet kafelerin sayısının hızla arttığını ve bu durumun kahvehanelerin kullanıcılarını da etkilediğini belirtmektedir. Diyarbakır Kahvehaneciler ve Kırathaneciler Odası Başkanı Vahyettin Şarlak yaptığı açıklamada son yıllarda kahvehanelerin kullanıcı sayısının yarı yarıya azaldığını belirterek sözlerine şu şekilde devam ettirmişti.

"İnternet kafeler nedeniyle müşterilerimiz çok azaldı. Kahvehaneye 40 yaşın üstündekiler geliyor. 40 yaşın altındakiler gelmiyor. Gençlerin yüzde 90'ı kahvehaneden uzak duruyor. Oysa gençler 5 yıl öncesine kadar bilardo, masa tenisi, tavlâ, okey gibi oyunlar oynamak için yoğun ilgi gösterirdi. Artık yoksul

mahallelerde bazı gençler okey oynamak için geliyor. Kahvehane işletmecileri müşteri azlığı ile beraber vergilerdeki artışlar nedeniyle zor durumdadır. 5 yılda kent merkezindeki bin 200 kahvehane kapandı.” (15 Kasım 2006).

Son yıllarda kahvehaneleri geliştirmek üzere yeniden çalışmalar yapılmıştır. İnsanların kahvehanelerde boş vakitlerini faydalı bir biçimde değerlendirilmesi adına Rize’de yapılan uygulama örnek teşkil edebilir. Bu çalışma kapsamında her kahvehane için ayrı ayrı görevlendirilecek öğretmenlerin günün belli saatlerinde kahvehane kullanıcılarını teknolojik ve bilimsel gelişmelerden haberdar etmesi programlanmıştır. Fakat kahvehane sahipleri bu duruma karşı çıkmışlardır. Sebep olarak kahvehane kullanıcılarının yaşlarının 60 üzeri olduğu belirten kahvehane sahipleri anlatılanlarla ilgilenilmeyeceğini belirtmiştir (Kaçar, 2006). Anlaşılabileceği üzere kahvehane kullanıcılarının yaş ortalamalarında da bir artış görülmektedir. Gençlerin kafe, bilardo oyun salonu, internet kafe gibi yerleri tercih ettiği düşünülebilir.



Resim 46. Günümüzden Mahalli Kahvehane İç Mekan Görüntüleri (www.fethisabunsoy.net).

Cumhuriyet döneminde yapılan yenileştirme çalışmalarına benzer çalışmaların 2000 li yıllarda da yapıldığı görülmektedir. 2005 yılında bir takım belediyeler çıkardıkları yönetmeliklerle kiraathanelerin kütüphane bulundurmaları üzerine yaptırımlara gitmişlerdir. İstanbul Belediyesi çıkarttığı yönetmelikte tarihi yarımada ve turistik alanlarda plastik sandalyeler yerine ahşap sandalyelerin kullanılması

gerektiğini belirtmiştir (Kalkan, 2005). Ayrıca kahvehaneleri sınıflara ayırmıştır. Yönetmeliğe göre üç ayrı sınıfa ayrılan kahvehaneler şunları içermelidirler:

"BİRİNCİ SINIF KAHVEHANELER

İkisi yerel veya bölgesel olmak üzere en az beş farklı gazete bulundurulacak.
En az 100 farklı kitabın yer aldığı bir kütüphane kurulacak.
Kadın ve erkekler için sıcak suyu akan, aynalı, lavabolu, sıvı sabunlu, kurutma makineli veya peçeteli yeteri kadar tuvalet bulunacak.
Garsonlar ve çalışanlar, işyeri tarafından belirlenen özel kıyafeti giyecek.
Girişte yeterli büyüklükte bir antre ve bankolu vestiyer bulunacak.
Giriş ve salon dâhil bütün duvarları yağlı boya veya benzeri maddeler ile boyanmış veya kaplanmış olacak.
Isıtma, soğutma ve havalandırma, kalorifer veya klima ile yapılacaktır.

İKİNCİ SINIF KAHVELER

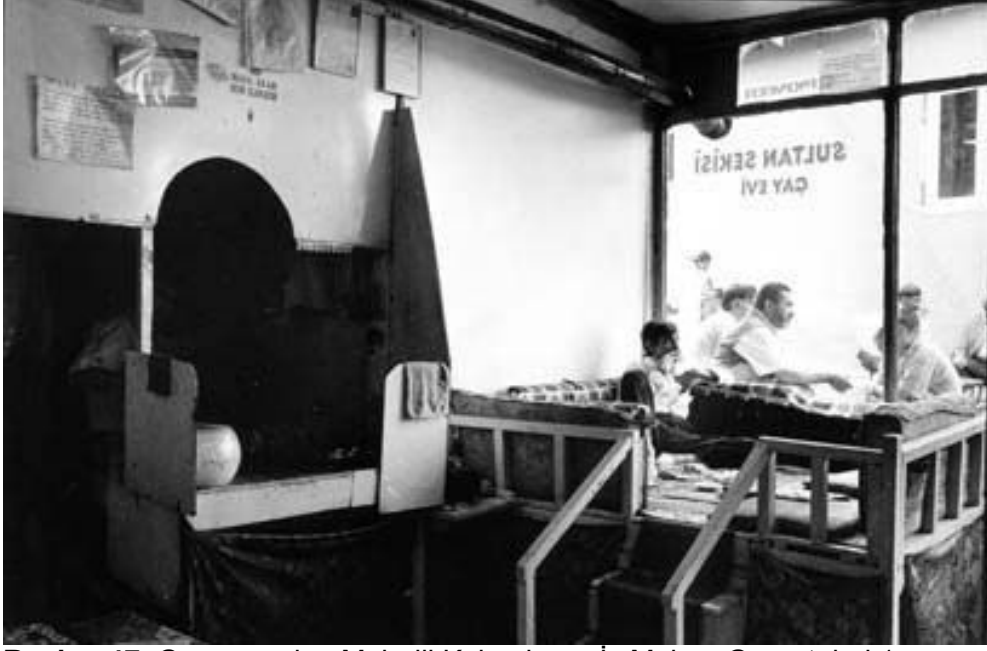
Biri bölgesel veya yerel olmak üzere en az üç farklı günlük gazete bulunacak.
En az 50 farklı kitabın yer aldığı kütüphane kurulacak.
Kadın ve erkek tuvaleti olacak.
Giriş ve salonun zemini ahşap parke, seramik ve mermer gibi kolay temizlenebilir, yıkanabilir ve dezenfekte edilebilir sert malzeme ile kaplanacak.
Isıtma, soğutma ve havalandırma için yeterli tesisat bulunacak.

ÜÇÜNCÜ SINIF KAHVELER

En az iki gazete bulundurulacak.
En az 25 kitaplık bir kütüphane kurulacak.
Aynalı ve sıvı sabunlu en az bir tuvalet bulunacak.
Ocağın bulunduğu yer cam ile salondan ayrı olacak." (Kalkan, 2005).

Yukarıda yer alan sınıflandırılmaya bakıldığında bu sınıflandırmanın konfor farklılıklarına göre ayrıştırıldığı görülmektedir. Temizliğin ön planda tutulduğu bu yönetmelikte bir diğer önemli konu ise kütüphane ve dünyadaki gelişmelerin takip edilebileceği gazetelerin kahvehanelerde yer almasıdır. Nuri Çağlar'ın bir haberinde kumar oynatıldığı tespit edilen bir kahvehaneye kitaplık kurma cezası verildiğini belirtmektedir. 2005 tarihli bu gazetede yer alan haberde kahvehane işletmecisinin kahvehanesinde içerisinde 100 temel eserin yer aldığı bir kütüphane kurmaya zorunlu tutulduğu belirtilmiştir.

Yukarıda yer alan bilgilere dayanarak, kahvehaneleri boş vakitlerin verimsizce geçirildiği izbe yerler olmaktan çıkartmak için yapılan çalışmaların yer aldığı görülmektedir. Fakat bu çalışmaların bundan 60 ila 70 yıl önce yapılan değişikliklerden ileri gitmediği görülmektedir. Türk kahve kültürünün gelişip yayılması ve geleneksel kültürümüzün iç mekânda yansıtılması adına herhangi bir çalışmaya rastlanılamamıştır.



Resim 47. Günümüzden Mahalli Kahvehane İç Mekan Görüntüleri 1 (www.fethisabunsoy.net).



Resim 48.a



Resim 48.b



Resim 48.c

Resim 48 a/b/c . Günümüzden Mahalli Kahvehane İç Mekan Görüntüleri 1 (www.fethisabunsoy.net).

Yukarı da yer alan fotoğraflar sanatçı Fethi Sabunsoy tarafından oluşturulmuş kahvehaneler başlıklı sergiden alınmıştır. Sabunsoy 1997 yılında ilk olarak sergilenen kahvehaneler çalışmasını sonra bir albüm haline getirmiştir. Bu çalışmasında ülkenin farklı şehirlerinde yer alan kahvehanelerin fotoğraflarını çeken sanatçının şu sözleri neden bu mekânı resim ettiği hakkında fikir vermektedir:

“İnsanı ve yaşamı fotoğraflamayı seviyorum. Ülkemizin insanların çeşitliliği, değişik kültürlerin iç içe olması, benim de bu kültürlerin içinden gelmem ve kendimi yaşadığım andan, ortamdan sorumlu hissetmem nedeni ile her zaman insanların, yaşamın içinde olmayı yeğledim....”

Çekilen resimlerin bir kısmından eski kahvehanelerden esinlerin yer aldığı söylenebilir. Örnek olarak Resim yer alan yükseltilmiş bölümün bir baş sediri andırdığı düşünülebilir. Görüntülerde iç mekânların eski dönemin mahalle kahvehanelerin görüntüleri ile kullanılan donatıların dışında, çok farklılık taşımadığı düşünülebilir. Bakımsız ve köhne görüntülerin bir kısmı eski dönem eleştirilerin merkezini oluşturan kahvehanelerle benzerlikler taşımaktadır.



Resim 49.a



Resim 49.a

Resim 49 a/b. Günümüzden Kahvehane Dış Mekan Görüntüleri
(www.fethisabunsoy.net).

Günümüzde de kahvehanelerin dış mekânlara taşması çok sık karşılaşılan bir durumdur. Gerek mahalli ölçekte, gerekse yaygın kullanımı olan büyük kahvehanelerde iç ve dış mekân ilişkisi çoğunlukla kuvvetlidir. Hasırlı alçak iskemleler de günümüzde sıkça kullanılan donatılardandır.



Resim 50.a



Resim 50.b

Resim 50 a/b. Günümüzde Kahvehane Dış Mekan Oturma Elemanlarına Örnekler (Eczacıbaşı, 2006).

Zaman zaman yeni yorumların getirildiği oturma biçimlerine örneklerde görülmektedir. Sedirli oturma düzeninin tekrarlandığı örnekler de görülmektedir.



Resim 51.a



Resim 51.b

Resim 51 a.b. Günümüzde Kahvehane Sedirli Oturma Elemanlarına Örnekler (Eczacıbaşı, 2006).

Yukarıda sedirli oturma örneklerinin yer aldığı iç mekânlarda geleneksel özelliklerin yansıtılma kaygısının bulunduğu düşünülebilir. Eski dönemlerdeki gibi mekânın çeperlerine tutunmuş sedirli oturmalar görülmektedir. Ayrıca mekânlarda kullanılan tekstillerin de geleneksel bir takım biçimlerden esinler taşımaktadır.



Resim 52 . Kahvehaneden Ocak Görüntüsü (www.fethisabunsoy.net,).

Ocağın iç mekânda açıkta konumlanmasının da kahvehanelerde sıkça rastlanan bir özellik olduğu düşünülebilir. Yukarıda yer alan örnekte görüldüğü üzere ocak mekânın içerisinde yer almaktadır. Ayrıca etrafı ahşap süslemelerle çevrelenen bu ocak alanı eski dönemdeki örnekleri gibi birçok farklı depolama ve servis işlevlerini de barındırmaktadır.



Resim 53. Sivas'da Bir Kahvehane Ocağı (Eczacıbaşı, 2006).

Yukarıda yer alan kahvehane örneğinde ocağın ön planda konumlanması durumuna vurgulu bir örnek teşkil etmektedir. Ayrıca raflarda aletlerin açıkta bulunması görüntü olarak bundan önce incelenen geleneksel örneklerle birebir eşleşmektedir.

Var olan örnekler bakılarak her ne kadar işlevleniş biçimi eski örnekler nazaran farklılaşmış olsa da kahvehanelerin iç mekânının biçimlenişinde tekrarlayan özellikler görülmektedir. Günümüzde kahvehaneler eski dönemlerde olduğu gibi birçok farklı işlevi bir arada gerçekleştirmemektedir. Ayrıca kullanıcı grubu olarak da eski dönemdeki örneklerinden başkalaşmaktadırlar. Eski dönemde ülkenin varlıklı ve aydın insanların gittiği şatafatlı ve özel kulüp mantığı ile çalışan kahvehanelere günümüzde pek sık rastlanmamaktadır.



Resim 54 a.



Resim 54 a/b. Safranbolu'da Bir Kahvehane İç Mekan Görüntüleri (Ayalp Arşivi, 2007).

Yukarıdaki fotoğraflarda görülen örnek Safranbolu'da günümüzde kahvehane olarak kullanılan turistik bir mekandır. Geleneksel Türk evinin konaklama tesisine dönüştüğü bu iç mekanın havuzlu oturma salonu ise kahvehane olarak değerlendirilmektedir. Tez kapsamında eski dönemde var olana örneklerine en yakın biçimlenmenin görüldüğü bu mekan bulunan nadir örneklerden biri olmuştur.

Fakat kullanım biçimleri tamamen başkalaşmıştır. Belli bir gruba ait özgün kahvehanelerin kullanımı da sıklıkla görülmemektedir. Eski dönemlerde belli bir iş sahasının mensuplarının bir araya geldiği cemiyet kahvehaneleri artık ender olarak görülmektedir. Fakat turistik amaçlı kullanılan iç mekânlarda kahvehaneler Osmanlı dönemine ait özellikleri birebir barındırmaktadırlar. Turistlere hizmet eden birçok otelde eski dönemde biçimlenen kahvehanelerin birebir örneğini kullanmanın dışında, hizmet eden garsonların dahi o döneme ait kıyafetlerde servis yaptığı

görülmektedir. Ayrıca ramazan ayında alışveriş merkezler yapılan bir takım etkinlikler kapsamında iç avlularda geleneksel kahvehane imajını yansıtmaya yönelik biçimlenmeler görülmektedir. Fakat bu biçimlenmeler birebir eski kahvehanelerin bir tekrarı olarak sunulmaktadırlar. Aşağıda yer alan örneklerde de görüldüğü üzere, çağdaş bir anlayış oluşturmak yerine eski örnekler olduğu gibi sunulmuştur.



Resim 55. Topkapı Palas Otelinde Yer Alan Kahvehane İç Mekan Görüntüsü (Küçükarslan Arşivi, 2003).



Resim 56. a



Resim 56. b.

Resim 56. a/b. Ramazan Ayı Etkinlikleri Kapsamında Ankamall Alışveriş Merkezinde Yer Alan Kahvehaneden Görüntüler (Ayalp Arşivi, 2003).

6.TÜRK KAHVEHANESİ İÇ MEKAN İMAJI

Bu bölümde ilk olarak kahvehane iç mekanın tipik özellikleri sunulacaktır. Daha sonra Yurt dışından bir takım kahvehane örnekleri ortaya konacaktır. bu örnekler ve Türk kahvehaneleri arasında karşılaştırmalı bir analiz yapılacaktır.

6.1. KAHVEHANE İMAJINI OLUŞTURAN TİPİK ÖZELLİKLER

Bir önceki bölümde kahvehanelerin iç mekânları tarihsel bir süreç akışında irdelenmiştir. Bu incelemenin sonucunda görülmüştür ki; kahvehanelerin tasarımında tekrarlayan özellikler bulunmakta. Osmanlı Döneminden günümüze kadar bir takım değişiklere uğramış olan kahvehane tasarımında temel bir takım özellikler günümüzde de devamlılık göstermektedir. Bu düşünceden yola çıkarak, kahvehane tasarımında bir imajın oluşmuş olabileceği düşünülmektedir.

İmaj, oluşumunun aktarıldığı bölümde de vurgulandığı üzere; kahvehane içerisinde kültürel anlamların kodlarla aktarıldığı bir iç mekân örneğidir. Daha da ileri götürmek gerekirse kahvehane iç mekânı, içerdığı imajla (dolayısı ile anlamla) artık bir mekân olmaktan çok kültürel kimliğin yansıtıldığı bir yere dönüşmüştür. Başka bir deyişle, kahvehane mekândan çok yer kavramının anlamını karşılamaktadır. Bu yer kavramını oluşturan tipik özellikler aşağıda sırası ile irdelenecektir.

6.1.1. Ortak Hacim Kullanımı

Bu yer kavramını karşılayan iç mekân imajının oluşumunda tipik özelliklerin en vurgulusu mekânın hacim olarak ele alınış biçiminde kendini göstermektedir. Kahvehane iç mekânı ortak bir hacim içerisinde, başka bir deyişle bütüncül bir hacim anlayışı ile biçimlenmektedir. Kahvehane iç mekânında giriş alanı, oturma bölümü, kasa bölümü ve ocak bölümü dâhil olmak üzere görsel ilişkinin kesilmediği ortak bir hacimde kurgulanmaktadır. Zaman zaman bir takım bölücüler kullanılsa da, bu elemanlar görsel ilişkiyi kesmemektedirler.



Resim 57. Gaziantep'te Bir Kahvehanenin İç Mekan Görüntüsü Eczacıbaşı, 2006).



Resim 58. Kaman Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü Cebeci, Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 59. Doğan Kent Kahvehanesi İç Mekan Görüntüsü Abeydinpaşa, Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).

6.1.2. İç ve Dış Mekan İlişkisi

Kahvehane imajının oluşumuna yardımcı olan bir diğer tipik özellik ise iç ve dış mekân arasında oluşturulan kuvvetli ilişkidir. Kahvehanelerde dış mekânda oturma tipik bir kullanım biçimine dönüşmüştür. Yaz mevsiminde birçok kahvehanede bütün oturma bölümünün dışa taşındığı daha önceki bölümlerde de belirtilmiştir. İç mekân ve dış mekân ilişkisinin büyük açıklıklar aracılığı ile oluşturulması tipik bir özelliktir. Bu tipik özelliğin manzara verilen önemi vurguladığı düşünülebilir. Ayrıca dış dünya ile kuvvetli bir iletişim sağlamak amaçlı biçimlendiği de söylenebilir.



Resim 60. Bir Kahvehaneden Dış Mekan Görüntüsü (www.fethisabunsoy.net,).



Resim 61. Asos'da Kahvehane Dış Mekan Görüntüsü (Eczacıbaşı, 2006).



Resim 62. İzmir Kemeraltin'da Bir Kahvehane Dış Mekan Görüntüsü (Eczacıbaşı, 2006).



Resim 63. Ayvalık'ta Bir Kahvehane Dış Mekan Görüntüsü (Eczacıbaşı, 2006).

6.1.3. Donatılar

6.1.3.1. Ocak

Kahvehanenin iç mekânında ocağın oturma hacmiyle bir bütün ele alınmasının tipik bir özellik olduğu daha önceki bölümde belirtilmişti. Bu durumla bağlantılı olarak ocak hem ortak mekânda yer almakta, hem de mekân şemasının önemli bir noktasında bulunmaktadır. Ocağın ortak mekânın hem görünür, hem de önemli bir noktasında yer alması en tipik özelliklerden biridir. Ayrıca ocak herkes tarafından görülebilen önemli bir işlev ünitesidir. Burada işlev ünitesi derken ocak ve

çevresinde yer alan depolama üniteleri belirtilmektedir. Ocak kahvehanelerde adeta bir mutfak görevini üstlenmektedir. Kahvehanelerin imajını gerçekleştirmede ocak en önemli tipik donatı elemanlarından biridir.



Resim 64. Erciyes Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Hamamönü , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 65. Kaman Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Cebeci , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 66. Meneviş Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Ayrancı , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 67. Mısır Kahvehanesi İç Mekanda Ocak Görüntüsü Kızılay , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).

6.1.3.2. Oturma Üniteleri

Bir diğer tipik donatı elemanı ise oturma üniteleridir. Hasırlı oturmalar ve sedirli oturma üniteleri kahvehanelerin sıklıkla kullandıkları elemanlardır. Bazı örneklerde birebir eski dönemde kullanılan hasırlı ve sedirli oturma üniteleri bulunmasa da

bunların farklı yorumları yer almaktadır. Her ne kadar hasır taburelerde oturmak ergonomik anlamda pek doğru bir tercih olmasa da bu elemanlar günümüze kadar taşınan tipik elemanlardır. Daha önce de belirtildiği üzere, belli dönemlerde temizliğinin yeterli derecede sağlanamamasından dolayı kullanımı yasaklansa da hasırlı tabureler halen kahvehanelerde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu oturma elemanlarının imaj oluşumunda oldukça etkin bir rolü vardır. Zaman zaman bu taburelere eşlik eden yükseklikleri alçak ahşap masalarında tipik birer donatı olduğu düşünülebilir.



Resim 68. Asma Altı Kahvehanesi Dış Mekanda Oturma Ünitelerinden Görüntü Kızılay , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 69. Dış Mekanda Sedirli Oturma Ünitelerinden Görüntü Çeşme , İzmir (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 70. Hasır Tabure Ünitelerinden Görüntü Ankamall Alışveriş Merkezi , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).

6.1.3.3. Haberleşme Unsurlarının Kullanımı

Kahvehane içerisinde haberleşmeye yönelik unsurların kullanılması günümüzde de devam etmektedir. Eski dönemlerde kişiler arası oluşan haberleşme ağı daha sonraları gazete ve yazılı kaynaklar aracılığı ile sağlanmıştır. Günümüze ise hem yazılı basın, hem de görsel basın kahvehanelerde takip edilmektedir. Kahvehanelerde gazete, kitap ve televizyonun kullanımı için donatılar yer almaktadır. Bu donatıların üslupsal bir tipe yöneldiği söylenemese de kullanımının tipik bir özellik olduğu belirtilebilir.



Resim 71. Erenler Kiraathanesi Televizyon Ünitesinden Görüntü Dışkapı , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).



Resim 72. Çınar Kahvehanesi Dış Mekanda Televizyon Ünitelerinden Görüntü Ayrancı , Ankara (Ayalp Arşivi, 2007).

6.2. YURT DIŞINDA OLUŞMUŞ İMAJLARA ÖRNEKLER

Osmanlı döneminde dünyanın birçok yerine ulaşan kahve kısa zamanda farklı ülkelerde yaygın olarak içilmeye başlandı. Avrupa kıtasında da kahvenin kullanımı ilk olarak Osmanlı döneminde başlamıştır. 1600lerin sonlarında Osmanlı'nın Viyana kuşatmasından sonra orada bıraktıkları kahvenin kullanılması ile yaygın olarak içilmeye başlanıldığı anlatılır.

Bu tarihlerden önce de kahve içilmekteydi, fakat yaygın değildi (Gürsoy, 2005). Daha sonraları Avrupalının birçok ülkesinde kahve tanındı ve yaygın olarak kullanıldı. Osmanlı devletinden görevli olarak batıya giden birçok bürokrat da kahve içimi konusunda Avrupalılara örnek teşkil etmekteydi. Kahve kullanılmaya başlandığı her ülkede, Türkiye'de olduğu gibi, kendine halkın yaşama biçimine uygun olan bir biçim yarattı. Bu biçimlerden bir kısmı belli bir süreçten sonra tipik özellikler barındıran imajların oluşmasıyla sonlandı. Bundan sonraki bölümde bu imajların bir kaçına yer verilecektir.

6.2.1. Viyana Kahvehaneleri

Viyana kahvehanelerigünümüzde dünyanın birçok yerinde en bilinen tipik imaja ulaşmış kahve içme mekânlarıdır. Günümüzde Viyana Ticaret Odası ve Kahve Sahipleri Derneği tarafından "Özgün Viyana Kahvesi " belgesini dahi oluşturulmuştur. Dünyanın her yerinde Viyana Kahvesi tipik özelliklerini doğru bir biçimde yansıtmak isteyenlere, koşulları gerçekleştirmesi şartıyla, bu belge verilmektedir.

Bu kahvelerden biri de İstanbul'da yer almaktadır. *Cafe Wien* Türkiye'de bu belgeye sahip olan bir Viyana Kahvehanesidir. Ayrıca Ticaret Odası ve Derneğin zaman zaman düzenlediği etkinliklerde dağıtılan ödüllerden birine de sahiptir.



Resim 73.a



Resim 73.b

Resim 73.a/b Cafe Wien İç Mekan Görüntüleri)(www.cafewien.com, 2007)

Viyana kahvesi birçok kaynakta Viyana Kültürünün tipik öğelerinden biri olarak yer almaktadır. Mermer yüzeyli masalar, Thonet sandalyeler, duvar yüzeylerinde ayna kullanımı gibi unsurlar birçok kaynakta Viyana kahvesini biçimlendiren tipik iç mekân elemanları olarak nitelendirilmiştir. Heise kitabında bu elemanların ortaya çıkışını şu sözleri ile aktarmaktadır:

“Sicilyalı Procopio Cultelli’nin Paris’teki Cafe Procope’unda tesadüfen başlattığı dekorasyon tarzı (duvarlardaki aynalar ve mermer masalar eski, seçkin bir banyo evinden arta kalanlardı), 18. yüzyılda lüks diye taklit edilmiştir. Bu dekorasyon tarzı Viyana kongresi sırasında ve sonrasında, özellikle de 1850’den sonra, bir standart olarak geliştirilmiş ve mükemmelleştirilmiştir.” (Heise, 2001:122).



Resim 74.a



Resim 74.b

Resim 74 a/b. Cafe Procope İç Mekan Görüntüleri (www.procope.com, 2007).

Bugün Viyana’da 1800lü yıllarda açılmış ve korunarak günümüze kadar gelen birçok kahvehane örneği yer almaktadır. Bu kahveler artık turistik amaçlı kullanılan yerlere dönüşmüşlerdir. Viyana şehrini tanıtan birçok kaynakta bu kahvehaneler görülmesi gereken önemli mekânlar olarak gösterilmektedir. Bunun bir diğer nedeni ise bu kahveleri tarihte çok bilinen düşünürler ve bilim adamları tarafından sık sık kullanılan mekânlar olmalarıdır. Bu kahvelerde de aynı Osmanlı kahvehanelerinde olduğu gibi müşteri bir kahve içerek bütün gününü bu mekânda geçirebilmekteydi. Ayrıca bazı sanatçıların eserlerini bu kahvelerde oluşturuldukları bile belirtilmektedir. Bugün bu kahveler sanatçı ve eseri ile tanıtılıp turistik amaçlı kullanılmaktadırlar.

Bunlardan en bilinenlerinden biri de Cafe Central örneğidir. Cafe Central Viyana’da kahvehane olmanın dışında turistik amaçlı kullanılan bir mekâna dönüşmüştür.

Viyanalı yazar ve şair Peter Altenberg'nin oturduğu masaya yazarın heykeli oturtularak muhafaza edilip turistik amaçlı kullanıcılara gösterilmektedir.



Resim 75. a

Resim 75. b

Resim 75.a/b Cafe Central İç Mekan Görüntüsü (www.viennatouristguide.at, 2007)



Resim 76

Resim 77

Resim 76. Cafe Central Peter Altenberg (www.viennatouristguide.at, 2007)

Resim 77. Cafe Central Peter Altenberg'nin Heykeli(www.viennatouristguide.at, 2007)

Viyana kahveleri de Türk kahvehaneleri gibi zaman zaman kullanıcı sayısının azalmasından dolayı problemler yaşamışlardır. 1950'lerden sonra ünlü Viyana kahvehanelerinin bir kısmı kapatılmıştır. Bazı kaynaklarda bunun nedeni modern espresso barlarının açılması ve televizyonun yaygınlaşmasına bağlanmıştır. Algılandığı üzere, kültürel değişim süreci içinde Viyana kahveleri de olumsuz yönde

etkilenmişlerdir. Fakat bu değişimlere ayak uydurmak için bir takım yöntemler geliştirmişlerdir. Bu kahvehanenin klasik bir değer olarak korunmasını sağlamak bu çabalardan biridir.

Ayrıca Heise'nin (2001) kitabında detaylı olarak anlatılan bir takım etkinlikler de göstermektedir ki bu kahvelerin günümüzde de yaşatılabilmesi için bir takım çabalar harcanmaktadır. Bu çabaların arasında yer alan en çarpıcı örnek Cafe Central adında bir televizyon programının 10 yıl boyunca yayınlanmasıdır.

“Avustralya televizyonu on yıl boyunca (1979–1989) tüm dünyada izlenebilen “Cafe Central” başlıklı canlı bir program yayınladı örneğin. Bu programa ünlü ünsüz 1255 konuk ve iki sunucu katıldı. Programı Çin’de ve eski Sovyetler Birliğinde 100 milyona yakın kişi izledi; bu izleyicilerin en azından bir kısmı, programın adının Viyana’daki gerçek bir kahvehaneden alındığını biliyorlardı. Cafe Central programının çekimleri Hongkong, Moskova, Paris, New York (Museum of Modern Art), Kyoto (İmparatorluk Sarayı) ve Münih (Devlet Operası) gibi kentlerde de yapıldı. “ (Heise, 2001:189).”

Heise'nin verdiği örneğe dayanarak denilebilir ki, teknolojinin yaygın kullanımıyla kahvenin geri planda kalma problemi yine bu teknolojiyi tanıtım amaçlı kullanarak giderilmektedir. Bu çaba birebir mekânı teknolojiye ayak uydurur bir hale getirmek yerine onu olduğu gibi koruyup, bu korunan değeri tanıtmak amaçlı kullanılmaktadır.

Bu yaklaşım şu şekilde de özetlenebilir; Viyana kahvehaneleri kullanımlarının devamlılığını sağlamak yolunda değişiklikten çok olduğu gibi korumanın ve bu korunanı geleneksel bir değer olarak sunmanın yolunu seçmiştir. Zaman zaman mekân, zaman zaman da bu kahvehanelerde sunulan yiyecek ve içeceklerin aynı kalmasını sağlamışlardır. İstanbul’da yer alan Cafe Wien bire bir iç mekân olarak bu tipik özellikleri kullanmasa da işletme mantığı ve sunulan yiyecek, içecekler Viyana usulünün birebir devamıdır.

6.2.2. Paris Kahvehaneleri

Paris kahvehaneleri de kültürel süreklilik içerisinde kullanımda devamlılığını sağlamış olan önemli kahvehanelerden biridir. Viyana kahvehaneleri kadar tipik özellikleri ile ön plana çıkmasalar da kahvehane kullanımının devamlılığı ve eskilerini korumalarıyla dünyaca bilinen bir değer edinmişlerdir. En tipik

özelliklerinin dış mekân kullanımı olduğu söylenebilir. Daha da vurgulamak gerekir ise, bu kahveler günümüzde bulvar kahveleri olarak da isimlendirilmektedirler.

Paris'in ünlü bulvarlarında yer alan bu kahvelerin çoğunluğu 1800lerden bu yana korunarak günümüze gelmişlerdir. Aynı Viyana kahvelerinde olduğu gibi, bu kahveler de turistik olarak sıklıkla kullanılan mekânlardır. Kahvelerin etrafında yer alan çevre de tarihi bir doku oluşturmaktadır. Böylelikle kahvelerin bu tarihi dokunun bir parçası olduğu söylenebilir.

Paris kahvelerini ön plana çıkartan bir diğer özelliği ise batı sanat tarihini etkileyen birçok ünlü ismin bu kahvelerin müdavimleri olmalarıdır. Bilinen birçok edebiyatçı, bilim adamı ve ressamların gittiği kahvehanelerin bir kısmı bu günde korunmaktadır. Bu kahveler önemli kullanıcıları ile ünlenmiş ve tarihi bir değer kazanmışlardır.

Ayrıca Osmanlı kahvehanelerinde olduğu gibi birçok önemli tarihi gelişme bu kahvelerde tartışılmış, zaman zaman da oluşmuştur. 18. ve 19. yüzyıllarda sıklıkla kullanılan 'Cafe de La Regence' hakkında Heise'nin şu sözleri durumu anlatmaktadır:

“‘Cafe de La Regence’ 18./19 yüzyılın hemen hemen tüm sanatsever ve politikacılarını ağırlamıştır; buraya gelenlerin bir listesini çıkartmak, Fransız kültür ve düşünce tarihini anlatan bir kitabın isim dizinini hazırlamaktan farksızdır.” (Heise, 2001:173).

Bugün de en az eski zamanlarda olduğu kadar meşhur olan bir kahve Les Deux Magots kahvesidir. Bu kahvehanenin müdavimleri arasında James Joys, Sartre gibi isimler yer almaktadır. Kahvehanede diğer birçok örnekte olduğu gibi dış mekân kullanımı ön plandadır.



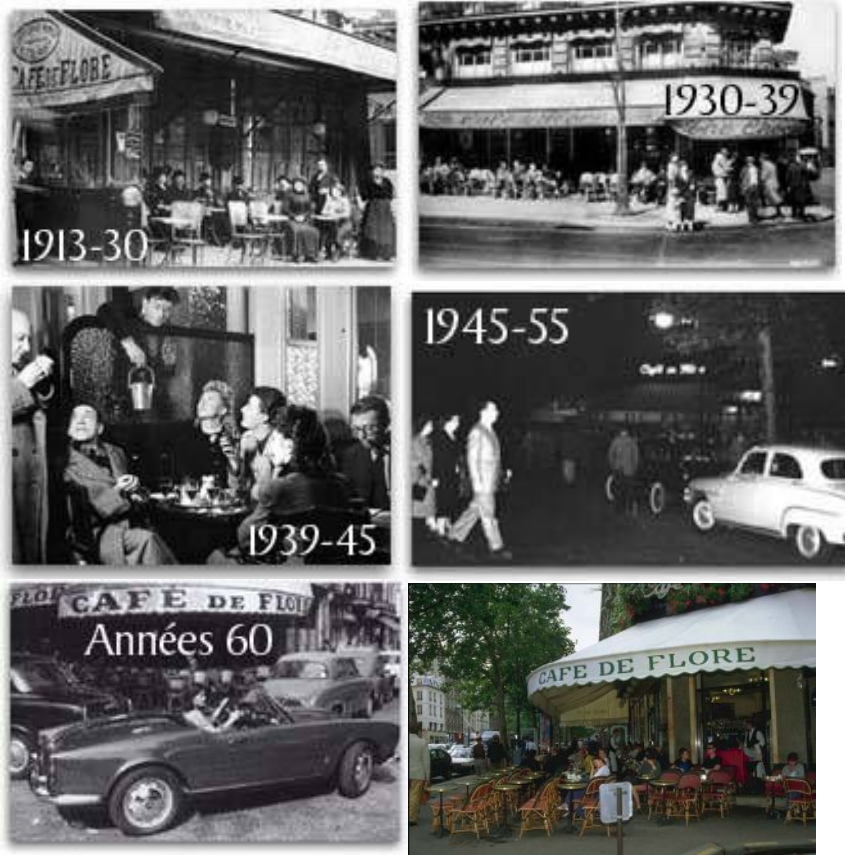
Resim 78. Les Deux Magots Dış Mekan Görüntüsü 1 (2007, www.virtualtourist.com)



Resim 79. Les Deux Magots Dış Mekan Görüntüsü 2 (Zeynep Başoğlu arşivi, 2007)

Günümüze kadar korunmuş bir diğer örnek ise Flore kahvesidir. Bu kahve de kullanıcıları ile ünlenmiştir. Bu kullanıcılardan en önemlileri Picasso, Sartre ve Simon de Beauvoir dir. Heise kitabında Satre'nin bu kahveyi kullanım biçimini kendi sözleri ile yer vermektedir:

“sabah dokuzdan öğlen yemeğine kadar çalışırlar... saat ikide yine gelir, tanıdıklarımızla dörde kadar sohbet eder, sonra yine sekize kadar çalışırdık. Tüm bunlar tuhaf görünebilir ama Flore bizim evimizdi adeta. Hava saldırısı alarmı verildiğinde bile, mahzene iniyormuş gibi yapar, sonra usulca birinci kata çıkar ve çalışmaya devam ederdik” (Heise, 2001:175).



Resim 80. Flore Kahvesinden Farklı tarihlerde Çekilmiş Dış Mekan Görüntüleri (www.cafe-de-flore.com, 2007)

Paris kahvelerinde kahve kültürü tarihsel bir öge olarak devamlılığını sürdürmektedir. Kahvehane mekânının işleyişinde teknolojik unsurların getirdiği bir takım değişimler uygulanmış olabilir fakat biçimsel bir değişime izin verilmemiştir. Daha da ileri giderek, bu mekânların çevrelerinde günümüzde yaygın olan Starbucks gibi kurumların bir örneklerinin yer almaması, bu korumacı tavrın bir sonucu olduğunu düşündürebilir.

6.3. KAHVEHANELER ARASI KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ

Ortaya konulan örneklerde görülmektedir ki, her kültür kendi ihtiyaçları, yaşama biçimleri, doğrultusunda kahvehanelerini biçimlendirmişlerdir. Bu çalışmada yurtdışındaki örneklerden Paris ve Viyana kahvehanelerinin seçilme nedeni ise tipe yakın, uluslararası bir biçimlenmeye yaklaştırmış olmalarıdır. Aşağıda yer alan bölümde bir takım başlıklar altında kahvehanelerin arasında karşılaştırmalı bir analiz yapılacaktır.

6.3.1. İç Mekân Tasarımında Hacme Dair Biçimlenme Özellikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz

Türk kahvehanesi iç mekân tasarımı değerlendirildiğinde hacmin biçimlenmesine dair bir takım özelliklerin yer aldığı görülmektedir. Kahvehanenin ilk kullanıldığı günden bu güne hacme dair kullanım şeklinde bir takım değişiklikler olsa da bütüncül, ortak kullanıma dair bir biçimlenmenin devamlılığı algılanmaktadır. Daha öncede belirtildiği üzere kahvenin hazırlandığı ocak, servisi için gerekli alet ve edevatın bulunduğu donatılar; gelen müşterilerin ağırlandığı bölüm; giriş alanı zaman zaman kasa bölümü olmak üzere bütün işlevlerin ortak bir hacim üzerinde kurgulandığı görülmektedir. Osmanlı döneminde bu hacim içerisinde ayrılan baş sedirlik, oturma bölümünün yükseltilerek farklılaşması uygulamaları görülse de bütün bu hareketler aynı hacim içerisinde yer almaktaydı.

Viyana kahvehanesi hacimsel biçimlenme üzerinden değerlendirildiğinde, araştırılan kaynaklar ve görsel değerlendirilmeler doğrultusunda tekrarlayan bir özelliğe rastlanılamamıştır. Müşterilerin ağırlandığı bölüm ve kahve hazırlama ve sunumu için kullanılan mekân genelde farklı hacimlere sahiptir. Zaman zaman giriş holünün de farklı bir hacimde çözümlendiği görülmektedir.

Paris kahvehanelerinde de ortak bir hacim üzerinde çoklu işlevlerin alansal tanımlanması üzerine tekrarlayan örneklerle tez kapsamında yapılan araştırmalarda rastlanamamıştır. Çoğunlukla müşteri ağırlama kısmının büyük bölümünün dış mekânda olması nedeni ile aynı işlevler arası da bölümlenmiş hacimler üzerine bir mekân kurgusunun olduğu düşünülebilir. Fakat bu durum, hacimsel biçimlenmede tipe yönelik bir unsur olarak görülecek düzeyde değildir.

<i>Tipoloji Oluşturan Unsur</i>	Türk Kahvehanesi	Viyana Kahvehanesi	Paris Kahvehanesi
Hacme Dair Biçimlenme Özellikleri	Ortak Hacim Kullanımı (Kahve Hazırlama Sunum, Müşteri Ağırılama, Giriş Alanının Aynı Hacim İçerisinde Kurgulanması)	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir

Tablo 2. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri Hacimsel Biçimlendirme Bağlamında Karşılaştırma Tablosu

6.3.2. İç Mekân Tasarımında Donatılara Dair Biçimlenme Özellikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz

İç mekân tasarımında önemli unsurlar olan donatılar değerlendirildiğinde Türk kahvehanesi ve Viyana kahvehanesinde tipik bir takım özellikler yer almaktadır. Türk kahvehanesi iç mekân tasarımı değerlendirildiğinde donatılara dair bir takım özelliklerin varlığı görülmektedir. Kolaylıkla tekrar edebilme imkânına sahip olan birçok donatı imaj oluşumunda önemli bir unsurdur.

Birçok kullanıcı hasır tabureleri kolaylıkla Türk kahvehanesi ile bağdaştırabilir. Bu sedirli oturma içinde geçerlidir. Kahvehanelerde hacimlerin boyutları içeride kullanılan renk aydınlatma gibi birçok farklı unsur olsa da hasırlı tabureler, sedirli oturmalar zaman zaman nargile sehpaları ve mekânın içinde yer alan bir ocak kolaylıkla Türk kahvehanesini çağrıştırabilir. Bu noktadan yola çıkarak, tekrar eden donatı elemanları çoğaldıkça bir tip oluşumundan söz etmek kolaylaşmaktadır denilebilir. Dolayısıyla bir imajın oluştuğu da söylenebilir.

Türk kahvehanesinde ocak, sedirli oturma, hasır tabureler ve iletişim unsurlarını barındıran donatıların tipik olmasının dışında, orta alanda kullanılan havuz unsuru, geleneksel dokumaların kullanımı, geleneksel ahşap ve bakır işlemlerin kullanımı, nargile sehpalarının sunumu ve hazırlanması için donatıların kullanımı gibi daha birçok donatıya dair özellikler yer almaktadır. Bu özellikler günümüzde seyrek olarak kullanılsa da Türk kahvehanesinde kullanılan yerel özelliklerdir. Ayrıca kahvenin sunum şekli ve sunumu için kullanılan aletlerin dahi tipik olduğu söylenebilir. Türk kahvesi kahve fincanlarının dahi tipik olduğu düşünülebilir. Bu kahvelerin pişiriminde dahi kendine ait aletler kullanılmaktadır. Kısacası tipik iç

mekân özelliklerini yanı sıra bu mekânlarda kahvenin sunumu ve içiminde de bir takım tipik özelliklere sahiptir.

Viyana kahvehanesinde ise Tonet sandalye, mermer yüzeyli masa ve ayna kullanımının tipik donatılar olduğu ulaşılabilen kaynaklarda yer almaktadır. Araştırmaların kapsamında bu donatıların dışında tekrar eden başka donatıların varlığına rastlanılamamıştır. Paris kahvehaneleri üzerine yapılan araştırmalarda ise sıklıkla tekrar eden donatılara rastlanılamamıştır. Paris kahvehanelerinde iç mekâna dair tipik bir imaj oluşumunda bahsetmek dolayısı ise zorlaşmaktadır. Böylelikle, Paris kahvehanelerinin tipik özelliğinin iç mekân imajından çok içerisinde sunulan hizmetler ve de ait oldukları dönemi yansıtmaları ile bir tipe ulaştıkları düşünülebilir.

<i>Tipoloji Oluşturan Unsur</i>	Türk Kahvehanesi	Viyana Kahvehanesi	Paris Kahvehanesi
<i>Donatılara Dair Biçimlenme Özellikleri</i>	Ocak, Sedirli Oturma Ünitesi, Hasır Tabure, İletişim Unsurları	Tonet Sandalye, Mermer Yüzeyli Masa, Ayna	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir

Tablo 3. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri Donatılar Bağlamında Karşılaştırma Tablosu

6.3.3. Mekân Tasarımında İç Ve Dış Mekân İlişkisine Dair Biçimlenme Özellikleri Üzerinden Karşılaştırmalı Analiz

Birçok kahvehanede tipleşmiş en belirgin biçimlenme unsurunun iç ve dış mekân ilişkileri üzerinden kurgulandığı söylenebilir. Hem görsel, hem de birebir geçişli ilişkilerin birçok örnekleri görülmektedir. Özellikle Paris kahvehanelerinde dış mekânda oturma alanlarının yer alması, kahvehanenin en tipik özelliğidir. Daha öncede belirtildiği üzere Paris'te kahvehanelere bulvar kahveleri de denilmektedir. Mevsim koşullarının zorluğu dahi Paris kahvehanelerinin dış mekân kullanımını çok kısıtlamamaktadır. Kış mevsiminde de dış mekânda oturulduğu görülmektedir. Bu durumun iç mekân kullanımından çok dış mekân kullanımının ön planda yer aldığı bir tavır olarak da değerlendirilebilir.

Türk kahvehanelerinde de iç ve dış mekân ilişkisi kuvvetli bir biçimde kurulmuş olsa da birçok örnekte kış mevsiminde dış mekân kullanımı kısıtlıdır. Fakat görsel ilişki birçok kahvehanenin biçimlenmesinde tipik bir unsur halini almaktadır. Çoğunlukla ön cephenin tamamının cam bir satıhla oluşturulduğu bile görülmektedir. Bu durum

çok kuvvetli bir görsel iç ve dış mekân ilişkisi oluşturmaktadır. İmaj oluşumunda bu tipik özelliğin de önemli bir unsur olduğu kesindir. Ama Paris kahvehanelerinde olduğu kadar yaygın dış mekân kullanımı görülmemektedir. İkisinin arasında yer alan farkın görsel ve birebir kullanım olarak ayrıştırılabilir. Türk kahvehanelerinde manzaraya yönelik açıklıkların yapılması da önemli bir özelliktir. İstanbul da yer alan kahvehanelerin birçoğu sahip oldukları manzara ile ünlenmektedirler.

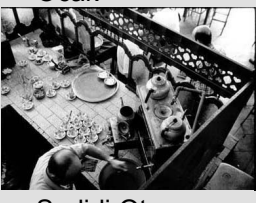
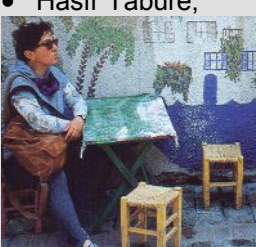
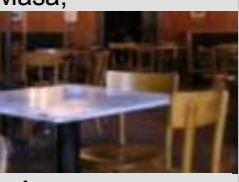
Viyana kahvehanelerine gelindiğinde yapılan araştırmalar kapsamında özellikle kurgulanılan bir iç ve dış mekân ilişkisine rastlanılamamıştır. Başka bir deyişle tip oluşumunda biçimlenme unsurlarından biri olarak özellikle kullanılan bir tavır olduğuna dair bir bilgi elde edilememiştir. Örneklerin birçoğunda dış mekân bakan cephelerin büyük açıklıklarla geçildiği görülse de Türk ve Viyana kahvehanelerinde yer alan tekrarlı ve tipik bir özellik algılanılamamıştır.

<i>Tipoloji Oluşturan Unsur</i>	Türk Kahvehanesi	Viyana Kahvehanesi	Paris Kahvehanesi
<i>İç Ve Dış Mekân İlişkisine Dair Biçimlenme Özellikleri</i>	Geçirgen Dış ve İç Mekân ilişkisi	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir	Geçirgen Dış ve İç Mekân ilişkisi

Tablo 4. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri İç ve Dış Mekân İlişkisi Bağlamında Karşılaştırma Tablosu

6.3.4. Kahvehaneler Arası Karşılaştırmalı Analize Bütün Özellikler Kapsamında Genel Değerlendirme

Önceki bölümlerde aktarılan özellikler toplu olarak değerlendirildiğinde aşağıda yer alan anlatıma ulaşılmaktadır. Var olan tipik özellikler koyu renkli hücrelerde yer almaktadır. Ayrıca bu hücreler üzerine bir takım örnek resimler ve figürler eklenmiştir. Tabloda yer alan figürler ise anlatımında görsel yardımcıları olarak biçimlendirilen örneklerdir.

Tipoloji Oluşturan Unsurlar	Türk Kahvehanesi	Viyana Kahvehanesi	Paris Kahvehanesi
Hacme Dair Biçimlenme Özellikleri	Ortak Hacim Kullanımı 	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir
Donatılara Dair Biçimlenme Özellikleri	- Ocak  - Sedirli Oturma Ünitesi,  - Hasır Tabure,  - İletişim Unsurları	- Tonet Sandalye,  - Mermer Yüzeyli Masa,  - Ayna 	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir
İç Ve Dış Mekân İlişkisine Dair Biçimlenme Özellikleri	Geçirgen Dış ve İç Mekân İlişkisi 	Herhangi bir Tipik Özellik Mevcut Değildir	Geçirgen Dış ve İç Mekân İlişkisi 

Tablo 5. Kahvehaneler Arası Tip Oluşturan Özellikleri Karşılaştırma Tablosu

Yukarıda yer alan tabloda görüldüğü üzere Türk kahvehanesi ortak hacim kullanımı; ocak, sedirli oturma ünitesi ve hasır tabureleri ve de geçirgen iç dış mekân ilişkisi ile bir tip oluşturmaktadır. Viyana kahvehanesi ise daha çok tripleşmiş donatıları ile Tonet sandalye, mermer yüzeyli masaların kullanımı ve ayna kullanımı ile bir imaj oluşturmaktadır. Paris kahvehanesinde ise tipe yönelik en vurgulu unsur dış mekân kullanımının yaygınlığıdır.

Bu tablodan yola çıkarak denilebilir ki, Türk kahvehanesinin tipik özellikleri bir iç mekân biçimlenmesine dair fazla ögeye sahiptir. Başka bir deyişle özgün bir tip olmaya en yakın iç mekân Türk kahvehanesinde mevcuttur. Viyana kahvehanesinde donatı dışında mekânın biçimlenmesinde etken bir rol oynayan herhangi bir tipik özellik mevcut değildir. Kaldı ki, Paris kahvehanesine değerlendirildiğinde iç mekân biçimlenmesine dair herhangi bir hacimsel ya da donatıya dair tipik özellik yer almamaktadır.

Günümüzde kullanımı en yaygın ve korunan örnekler ise Paris ve Viyana kahvehaneleridir. Bu kahvehanelerin anlatıldığı bölümlerde de belirtildiği üzere halen korunan ve kullanılan örnekler yer almaktadır. Ayrıca bu kahvehaneler turistik amaçlı kullanılmaktadır. Başka bir deyişle, bu kahvehaneler kendi özgün kültürlerini ve dolayısı ile tarihlerini aktarma yönünde kullanılmaktadırlar. Bundan dolayı bu iç mekânların kültürel birer değer oldukları düşünülebilir.



Şekil 14. Kültürel Değerlerin Korunması İçin Etken Faktörler (Paris ve Viyana Kahvehane Örneği).



Şekil 15. Kültürel Değerleri Korunması İçin Etken Faktörler (Türk Kahvehanesi Örneği).

Yukarıda yer alan şekillerden de anlaşılacağı üzere Paris ve Viyana kahvehaneleri bir değer olarak korunmaktadır. Devlet kurumlarının tasarımcılar ve kullanıcılar üzerinde etkilerinin bu konuda etken olduğu düşünülmektedir. Türk kahvehanelerinde ise bu etkileşimli çalışma kurgusunun yoksunluğu iç mekanın bir değer olarak korunamamasına sebep olmuştur.

Türk kahvehanelerini oluşturulan tip dolayısı ile imaj daha güçlü unsurlarla desteklense de kullanımı diğer örneklere göre daha azdır. Eski dönemden günümüze aktarılmış örnek yok denecek kadar azdır. Turistik amaçlı kullanılan kahvehanelerin çoğu eskisinin birebir kopyası olarak tasarlanan yeni mekânlardır. Başka bir deyişle, kahvehanelerin korunmasına dair bir çaba görülmemektedir. Eskilerde ülkenin her yerinde tek sosyalleşme yeri olan bu iç mekân, günümüzde farklı anlamlar barındırmaktadır. İmaj üzerinde çok yoğun farklılıklar oluşmasa da bu imaja yüklenen anlamlar değişmiştir.

7. SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

7.1. ÇAĞDAŞ TÜRK KAHVEHANESİ İÇ MEKÂN İMAJININ OLUŞUMUNA ÖNERİLER

Tezin sonuç bölümünde, daha önceki bölümlerde ortaya konan bilgiler ve değerlendirmelerin yardımı ile kahvehanelerin iç mekan imajının oluşumuna önerilerde bulunulacaktır. Ayrıca bu bölümde önerilerin ortaya konmasından sonra tezin genel bir değerlendirmesi yapılacaktır.

7.1.1. Var Olan İmajın Kullanımı Üzerine Değerlendirmeler

Tezin bu aşamasına kadar verilen bilgilere dayanarak, Türk kahvehanesinin ülkenin özgün kültürünün bir parçası olduğunu, başka bir deyişle kültürel bir değer olduğunu söylemek uygundur. Fakat yapılan araştırmalar doğrultusunda bu kültürel değer günümüze yeterince aktarılamadığı görülmektedir.

Günümüzde halen kullanılan bir iç mekân olmasına karşın kullanıcı tipi ve yaygınlığı azalmıştır. Çağdaş yaşam koşullarına yeterli oranda ayak uyduramamasından kaynaklanan sorunlardan dolayı kent insanının bu iç mekânı kullanımını kısıtlamıştır. Bugün şehirde yer alan mahalli kahvehanelerin birçoğu sadece işsiz ya da işinden emekli olmuş ileri yaşlarda insanların kullandığı mekânlardır.

Kahvehanelerin sadece erkeklerin kullandıkları iç mekanlar olması da kullanımının kısıtlı olmasına neden olmuştur. Kurtuluş savaşından sonra cumhuriyetin kurulması ve arkasından gelen reformlar ile Türk kadını iş hayatında ve cemiyet hayatında aktif olarak yer almaya başlamıştır. Böylelikle kadınların toplumdaki durumları değişmiştir. Osmanlı döneminde evin dışında herhangi bir sosyal yaşamı bulunmayan kadınlar daha sonra evin dışında aktif bir yaşam sürmeye başlamışlardır. Kahvehaneler kadınların bu sosyal statü değişimini göz ardı ettikleri için de kısıtlı bir kullanıma sahip olmuşlardır.

Osmanlı döneminde var olan kullanım biçimi de günümüzde tamamen yok olmuştur. Bu duruma sebep olan faktörler daha önceki bölümlerde ortaya konmuştur. Kültürel değişim süreci içerisinde başkalaşma yaşayan Osmanlı dönemi kahvehanelerin son derece az olan örnekleri ise turistik amaçlı kullanılmaktadır. Mahalli kahvehaneler imaj olarak aynı kalsa da üzerine yüklenen anlamlar

bakımından çok başkalaşmıştır. Osmanlı döneminde her çeşit kullanıcıya özgün tipleri ile hizmet veren bu iç mekân anlayışı günümüzde sadece az bir kesim tarafından kullanılmaktadır. Bu denli kültürel ve yaygın kullanılan bir iç mekândan, bu gün sadece yaşlı ve işsizlerin kullandığı bir mekâna dönüşmüştür. Çağdaş yaşama ayak uyduramayan bu iç mekânın yerini batıdan gelen değişik uygulamaların birebir kullanımı almıştır.

Zaman zaman kahvehanelerin çağdaş bir görünüme ulaşmasını sağlamak amaçlı bir takım çalışmalar yapılsa da etkili bir sonuç alınamamıştır. Belediyelerin yaptığı birçok çalışma sadece kullanılan mekânın işlevsel bir takım sorunlarını çözmekten ileriye gidememiştir. Kültürel değerlerin korunmasına yönelik herhangi bir yaptırıma rastlanamamıştır. Kahvehanelerin çağdaş yaşama uyum sağlamak için bir takım yeni biçimlenmelere gitmeleri gerekliliği göz ardı edilmiştir. Böylelikle yeni yaşam tarzlarına ayak uydurabilen örneklerin kolaylıkla kahvehanelerin yerini aldıkları görülmektedir.

Günümüzde kurumsallaşmış ve bir tip önerisi sunan bir takım kahvehaneler dünyanın pek çok yerinde yaygın olarak kullanılmaktadırlar. İşletme ve biçimlenme kurgusu çağdaş yaşamın hızına ayak uydurabilen bu oluşturulmuş yeni imajlar ülkemizde de yaygın olarak kullanılan mekânlar haline gelmişlerdir. Eski dönem kahvehanelerinde var olan uzun kullanım süreleri artık günümüz yaşantısında olanaksızlaşmaktadır. Yoğun iş temposu ve ağır yaşam koşulları insanların boş zamanlarında gerçekleştirdikleri işlevleri farklılaştırmıştır. Başka bir deyişle, boş zamanın kullanımı çok daha verimli hale getirilmeye çalışılmaktadır.

Oluşturulan imaj önerilerine örnek olan Starbucks ve Gloria Jeans gibi kahvehaneler insanların hızlı bir servisle kahvelerini alıp kısa bir süre tüketebilecekleri mekânlar olarak önerilmektedir. İçilen kahvenin tipinden, sunum için kullanılacak aletlere kadar her şey standartlaşmış bir biçimdedir. Kısacası, içimi ve sunumu dâhil kullanımın bütün aşamalarında kullanıcıya bir öneri sunulmaktadır. Zaman zaman çok çeşitlendirilebilen bu sunum insanların içimde de farklı tecrübelerle sahip olmalarına olanak sağlamaktadır. İşletmenin bütünü kurgulanmış bir sistem halinde çağdaş yaşamın koşullarına ayak uydurabilmektedir. Ülkemizin kahve içme kültürüne aykırı bir işleyiş olmasına karşın büyük şehirlerde çok yaygın bir kullanımı olduğu söylenebilir. Özellikle modern hızlanmış yaşam biçimlerinin

tüketim kültürünün en son oluşturduğu biçimlerden biri olan alışveriş merkezlerinde bu kurumsal tiplerin sıklıkla yer aldıkları görülmektedir.

Kullanıcıların birçok ihtiyacını bir arada giderdikleri bu alışveriş merkezleri yeni yaşam biçiminin bir zorunluluğuna dönüşmektedir. Markalaşmaya yönelen bir takım Türk kahvelerinin de bu tür girişimlerinin olduğu görülmektedir. Fakat iç mekân imajı oluşumunda, dış kaynaklı markalaşmış tiplerden bağımsız ve özgün bir imaja ulaşamamıştır. Bu tavır geçmişinde herhangi bir kahve kültürü olmayan bir ülkeninkinden farksızdır. Araştırmalar kapsamında, örneklerde ülkenin var olan özgün bir takım biçimlenme ya da daha önce ortaya konulan tipik özelliklerin herhangi birine rastlanamamıştır.

Var olan bir takım başka örnekler ise eski biçimlenmenin birebir kullanımı olarak ortaya konmaktadır. Turistik bir girişim olarak algılanabilecek bu tavrın biçimlenmeyi çağdaş bir noktaya taşıma yolunda çabasının olduğu görülmemektedir. Başka bir deyişle, daha önce verilen Viyana ya da Paris kahvehanelerinde ortaya konan korumacı tavır burada algılanamamaktadır. Var olan bu mekân kültürü bir değere dönüştürülemediği.

Kahvehane sahiplerinin değişim karşısında dirençli davrandıkları daha önceki bölümlerde de belirtilmiştir. Zaman zaman belediyelerin oluşturdukları bir takım yönetmelikler ile kahvehanelerin görüntülerinin yenilenmesi istenmiştir. Fakat gerek oluşacak ek maliyet; gerekse koşullardan fazla şikâyetçi olmayan kullanıcıların varlığı bu yenileşme çabalarını zorlaştırmıştır. Kullanıcıların bu tip bir talepte bulunmamaları sebebi kendilerinden hizmet karşılığı fazla para talep edileceği düşüncesi olabilir.

Daha önce de belirtildiği üzere tip oluşturan birçok unsuru barındıran Türk kahvehanesi kolaylıkla iç mekân biçimlenmesinde imaja ulaşabilecek verilere sahiptir. Fakat bu verilen çağdaş yaşam koşullarına ayak uydurabilen bir işletme mantığı ile birleşememesinden dolayı kullanım kısıtlanmaktadır. Türk kahvehanesi sadece yurt içinde tüketilen bir içecek değildir. Ülkenin uluslararası bir değeri olan bu içeceğin sunulduğu mekânlar içinde kolaylıkla var olan tipik özellikler kullanılarak kurumsal kimlikler oluşturulabilir. Viyana kahvehanesinin sahip olduğu özgün

Viyana kahvehanesi beraatının Türk kahvehaneleri içinde bir örneğini oluşturmak için gerekli; var olan tipik özelliklerin sayıca daha fazla olduğu belirtilmiştir.

Özetlemek gerekir ise Türk kahvehanesi çağdaş yaşamın koşullarına ayak uyduramadığı için kullanım yaygınlığını yitirmiştir. Şehirli insanının;

—Yeni tüketim biçimlerine,

—Hızlı yaşam temposuna,

uyum sağlayamadığı için kısıtlı bir kullanıcı tipine sahiptir. Ayrıca var olan örneklerin kültürel bir değer olduğunu kabul edip olduğu gibi korunamamasına bağlı olarak uluslararası bir kullanım kitlesine de ulaşamamıştır. Var olan tipe uygun tasarımlar aracılığı ile uluslar arası bir imaj oluşumuna gidilememektedir. Bu tezin temelinde yer alan kahvehane imajının çağdaş bir tipe ulaşması için yapılması gerekenler bundan sonraki bölümde tartışılacaktır. Ayrıca kahvehane kültürünün bir değer olarak kabul görmesi için yapılması gereken sosyo-kültürel bir bakış açısı ile ortaya konacaktır.

7.1.2. Çağdaş Türk Kahvehanesi İmaj Biçimlenmesine Sosyo-Kültürel Bağlamda Aracı Olacak Öneriler

Tezin kapsamında Türk kahvesinin ve bu kahvenin içildiği mekânlar olarak tasarlanan kahvehanelerin kendi başına bir kültürel yapılanmanın ürünü olduğu ortaya koymuştur. Kendine ait kültürel bir olgu olduğu kadar ülkenin özgün bir değeri olduğunun da kabul edilmesi gerekliliği temeldir. Kahvehanelerin günümüzde de yaygın bir kullanıma ulaşabilmesi ancak çağdaş yaşamın sosyal ve kültürel farklılaşmalarına ayak uydurabildiği oranda gerçekleşebilir. Var olan örnekler değerlendirildiğinde genç kesimin çoğunlukla boş zamanlarında sosyalleşebilmek için yeni oluşmuş biçimlerden olan internet kahvelerini ya da batıdan olduğu gibi ithal edilmiş kahvehaneleri kullandıkları görülmektedir. Bu tip kullanıcıya kolaylıkla kendi kültürümüzün değerlerini barındıran iç mekânlar tasarlanabilir.

Bir ülkenin kültürel değerlerinin neler olduğu ne nasıl korunması gerekliliği kullanıcılara onlara sunulan iç mekânlarla da rahatlıkla aktarılabilir. Bir iç mekân, kahve kültürünün tipinin özgün bir değer olarak korunmasında kolaylıkla bir araç olabilir. Bu iç mekânın çağdaş yaşamın koşullarına cevap verebilir bir duruma getirilmesi onun ilk önce kültürel değer olarak kabulünden başlar. Bu noktadan

çıkışla en temel problemin mekânın kullanıcıları, tasarımcılar ve devlete ait kurumların birlikte bir bilince ulaşması üzerine bir model önerilecektir. Bu model önerilmeden kahvehanelerin kültürel bir değer olarak korunmasında etkisi olacak faktörler ortaya konulacaktır.

Bu gerekliliklerin ilki kültürel çevrelerin sahip olduğu kullanıcı grubunun belli düzeyde bilinç oluşturabilmesi koşuludur. Bir ülkenin sahip olduğu kültürel değerlerin korunmasında en önemli etkenlerden biri o ülkenin vatandaşlarının sahip olunan özgün değeri koruma ve sürdürme becerisidir. Bu noktada var olan değerlerin korunması sosyo-kültürel alt yapı tabanlı bir probleme işaret etmektedir.

Özgün bir değer olduğu ortaya konan Türk kahvehanelerinin çağdaş bir yorumunun yakalanması için öncelikle bu mekânların kullanıcılarının bilgilendirilmesi temeldir. Kendine özgü bir biçimi olan kahvehane mekânlarının imajını oluşturan tipik özelliklerin neler olduğu ve bu çevrelerin nasıl biçimlendiğinden çok bunun kültürel bir değer olduğunu kullanıcıların bilmesi gereklidir.

Bu tür bir bilinçlendirme ancak vatandaşlara eğitim ve ulusal bir takım yayın organları aracılığı ile iletilebilir. Birey eğitim hayatında kültürel değerlerin korunması ve devamlılığının önemini kavrayabilmelidir ki, bu tip bir hassasiyeti iç mekân değerlerinin korunmasında da gösterebilsin.

Bir diğer önemli faktör ise devlet kurumlarının bu konuya yaklaşım tavrı ile ortaya çıkmaktadır. Belediyeler, kültürel değerlerin korunması için çalışan Bakanlıklar ve diğer yaptırımı olabilecek devlet kurumlarının kahvehaneleri Osmanlı döneminden günümüze ulaşmış olan özgün bir değer olarak kabul etmelidirler. Böylelikle yeni açılan ya da var olan örnekler üzerinde bir takım yaptırımlara gidilebilir.

Önceki bölümlerde zaman zaman bazı belediyelerin bir takım yönetmelikler hazırlamış oldukları ortaya konmuştur. En detaylı çalışmalardan biri olan İstanbul Belediyesinin kahvehaneler üzerine sınıflandırma çalışması gösterilebilir. Bu çalışmada dahi görülmüştür ki, kültürel bir takım biçimlenmelerin korunmasından çok bu mekânların temizliği ve kullanım kolaylıkları üzerine bir takım yaptırımlar vardır. Bu tez kapsamında ortaya konan kahvehane imajını oluşturan tipik

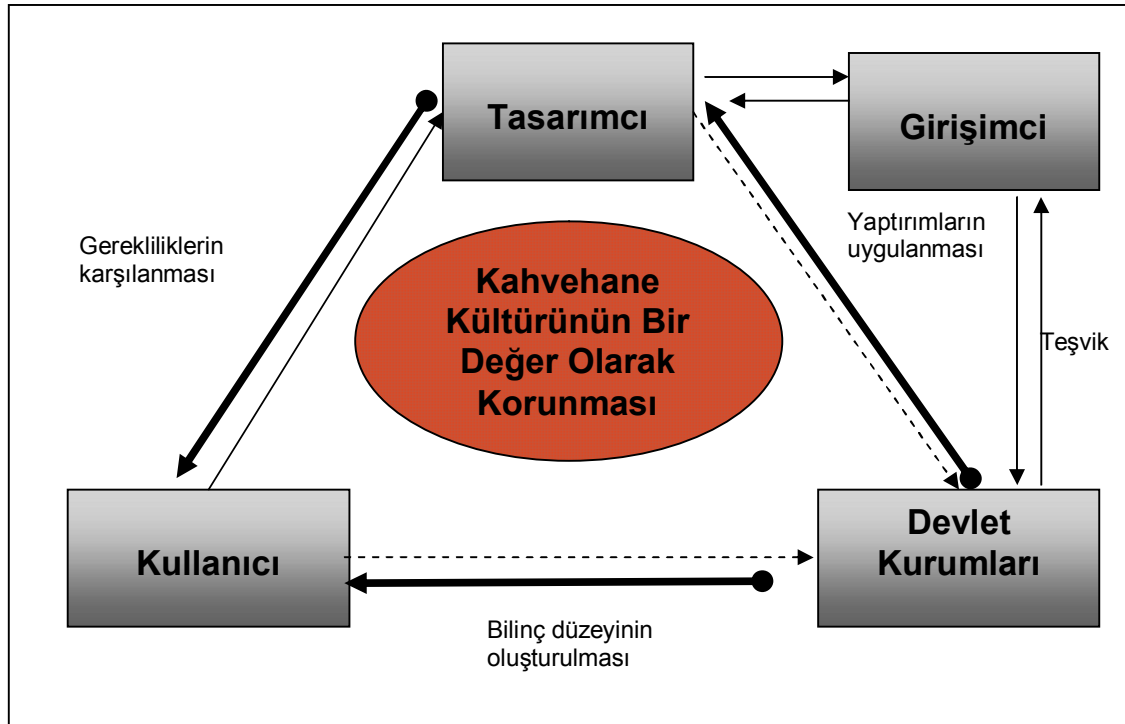
özelliklerin korunması adına yapılan herhangi bir yönetmelik ya da eş değerde bir yaptırıma rastlanılamamıştır.

Viyana kahvehanelerinde görüldüğü üzere, belediyelerin, ticaret odasının ve bir takım derneklerin bir araya gelip oluşturmuş oldukları Özgün Viyana Kahvehanesi Beratı bu tip bir çalışmaya örnek olabilir. Çalışmanın ne tür bir çalışma olduğundan çok, kahvehanenin kimliğini koruma amaçlı bir çalışma yapılması, onun bir değer olarak kabul edilmesinde etkiliği olduğunu düşünmek doğaldır.

Bu tür bir çalışma Türk Kahvehaneleri için de yapılabilir. Yaptırımı olan devlet kurumları ve sivil bir takım örgütlerin bir arada çalışması ile oluşturulan tipin çağdaş yorumları hem ulusal hem de uluslararası düzeyde denetlenebilen bir iç mekân biçimlenmesiyle sonlanabilir. Böylelikle Türk kahvehaneleri kullanırlık kazanmanın ötesinde ülkenin tanıtımında da etkin bir görev alabilir. Türk kahve kültürünün özgün biçimlerini uluslararası boyutta sunulması o kültürün tanınmasına aracılık edebilir.

Bir diğer gereklilik ise tasarımcının kültürel değerler konusunda hem eğitim, hem de belli bir takım hassasiyetlere sahip olması ile iniltidir. Günümüzde var olan birçok örnekte görülmektedir ki, iç mekânın biçimlenmesinde herhangi bir özgün tasarım kararı bulunmamaktadır. Tasarımcıların bu tür iç mekânların oluşumu ve değişimi üzerine yeterli tarihi bilgiye sahip olmaları yeni oluşumların biçimlenmesinde önemlidir. Devletin bir takım denetleme kurumlarının da tasarımcı üzerinde bu tür mekânların biçimlenmesinde yaptırımları olabilmelidir. Bir başka deyişle, kurumların ve tasarımcıların birlikte çalışmaları gereklidir. Tıpe yönelik yaptırımlar ortaya konacak ise tasarımcıların bu biçimlenmeden yola çıkarak çağdaş örnekler ortaya koymalarının gerekliliğin bilincinde olmaları gerekmektedir.

Belediyeler tipik unsurların neler olduğunu ortaya koyabilir, tasarımcılar da bu tipik unsurların çağdaş yorumlarını biçimlendirebilir. Böylelikle Türk kahvehanelerinin iç mekân oluşumun da tipik bir imaj biçimlenmesi gerçekleşebilir. Bir sonraki bölümde tasarımcı ve kahvehane iç mekân biçimlenmesi üzerine detaylı öneriler sunulacaktır.



Şekil 16. Etkileşimli Çalışma Sistem Önerisi

Yukarıda yer alan model ortaya konan gerekliliklerin ne biçimde ilişkilendirilmesi üzerine bir öneri çalışmasıdır. Bu model çağdaş iç mekân kahvehane imajına ulaşılması aşamasında hangi faktörlerin bir araya gelmesi gerekliliğini göstermektedir.

Ortaya konulduğu üzere, tipik bir imajın oluşmasında hem kullanıcı, hem tasarımcı, hem de devlet kurumları bir arada çalışmalıdır. Özellikle devlet kurumları ve tasarımcı çift yönlü bir etkileşimle çalışmalıdırlar ki, ortaya çıkan ürün tipi daha doğru bir biçimde yansısın. Girişimci (iş sahibi), tasarımcı ve devlet kurumları arasında da geri dönüşümlü bir çalışma süreci kurgulanmalıdır. Devlet girişimcilerle yeni oluşumlarda tevsik vermek aracılığı ile yeni kahvehanelerin açılmasında etken rol üstlenebilir. Girişimciler ile tasarımcıların uyum içerisinde çalışması da yeni tasarımın etken bir imaja ulaşmasında aracıdır.

Kullanıcı ve devlet kurumlarının arasında oluşan ilişki ise eğitim kurumları kapsamında kurgulanmıştır. Eğitim kurumlarının ülkenin kültürel değerlerinin korunması ve devamlılığın sağlanması için kullanıcıları belli bir bilinç düzeyine ulaştıracak en etkin kurumlardan biridir. Başka bir deyişle, bu ilişki eğitim boyutunda kurgulanmış bir ilişkidir.

Kullanıcı ve tasarımcı arasında kurgulanan ilişki ise tasarımcıların kullanıcı ihtiyaçlarının tespitinde yeterli ön görüye sahip olması gerekliliği üzerinedir. Önceki bölümlerde belirtildiği üzere, çevre ve insan arasında oluşması gereken sağlıklı etkileşimde sormacalardan da faydalanılabilir. Bir takım anketler ve görüşmeler ile insanların kahvehane kültürünü ne denli doğru değerlendirdikleri tespit edilip ortaya konan tasarımda bu bilgiler kullanılmalıdır. Her ne kadar tasarım özgün kültürü yansıtmada konusunda yeterli olsa da çağdaş yaşam biçimlerinin koşullarını sağlayamadığı zaman iç mekânın kullanılmaması problemi ile karşılaşabilir. Mekânların sıklıkla kullanılabilmesi kullanıcı ihtiyaçlarının doğru değerlendirilmesi ile eş paydalıdır. Uluslararası kullanıcıya ulaşabilmek de uluslararası standartların yeterli derecede sağlanmasıyla gerçekleştirilebilir.

Yukarıda var olan çalışma modelinde çağdaş Türk kahvehanelerinin iç mekân tasarımında özgün ve tipik kültürel değerleri barındıran bir imajın oluşması için gereken bir takım gereklilikler ortaya konulmaktadır. Ayrıca bu faktörler arası ilişkilerin nasıl oluşması gerektiği üzerine de bir takım öneriler sunulmaktadır. Tezin temelinde var olan Türk kahvehane kültürünün bir değer olarak kabul edilmesi ve bu değerın günümüzde de kullanılan bir imaja dönüşebilmesi sunulan bu çalışma sistematığı ile olasıdır.

7.1.3. Çağdaş Türk Kahvehanesi İmaj Biçimlenmesine Mimari Biçimlenme Bağlamında Aracı Olacak Öneriler

Yukarıda yer alan modelin gerçekleştirilmesi kadar önemli olan bir diğer konu da tasarımcının biçimlenme konusunda sağlaması gerekli bir takım koşulların da çağdaş kahvehane imajının oluşmasında gerekli olduğu konusudur. Bu bölümde tasarımcının kahvehane kültürünü doğru bir biçimde yansıtabilmesinin ne denli önemli olduğu belirtilecektir.

Tasarımcının imaj oluşum aşamasında özgün değerleri içerisinde barındıran bir tasarım biçimlendirmesi gerekmektedir. Tezin bundan önceki bölümlerde ortaya koyduğu tipik özellikleri oluşturan unsurların tasarımın temelinde yer almaları gereklidir. Kahvehane kültürünü biçimlenmesinde aracı olan unsurların kullanılması belirlenmiş bir imajın biçimlenmesinde temeldir. Böylelikle, ulusal ya da uluslararası düzeyde özgün bir tasarım tipine ulaşılabilir.

Yaygın olarak kullanıldığı ortaya konan; ortak hacim içerisinde mekânın kurgulanması; hasırlı tabure, sedirli oturma ünitelerinin kullanımı; geçirgen iç ve dış mekân ilişkisi ve de iletişim unsurlarının iç mekânda yer alması gibi tipik özellikler den çıkış noktası alan ve bu özelliklerin çağdaş yorumunu sunan tasarımlara ulaşılmalıdır. İç mekânı oluştururken, kültürün tipik özelliklerinin vurgulanması aracılığı ile imaja ulaşmak, tezin teorik bölümünde de ortaya konan mekân algısı açısından da temeldir. Daha öncede belirtildiği üzere, Ujam'ın tanımladığı eko-kültürel bilişsel şemaların doğru bilgilerle (uyarıcılarla) oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Oluşan bu şemaların kültürel çevreler doğrultusunda biçimlendiği ön görüldüğünde, tasarımcının doğru çevreleri oluşturabilmesi daha da önem kazanmaktadır. Mekânı algılamamızda yardımcı olan bu tipik tasarım özelliklerinin doğru bir biçimde aktarılması bu iç mekânın kullanıcılara doğru bir biçimde iletişime girmesini sağlamaktadır. Başka bir deyişle kahvehane iç mekânın içerdiği kültürel anlamlar ve kodların doğru aktarımı doğru bir iletişim kanalının kurgulanmasında temeldir.

Günümüzde var olan örneklerin birçoğunda önceden görülen biçimsel özelliklerin tekrarı var olsa da o mekâna yüklenen anlamlar başkalaşmıştır. İç mekânın kurgusu günümüzün koşullarına uyum sağlayamadığı için kullanıcı tipi değişmiş ve mekâna yüklenen kodlar değişmiştir. Rapoport'un ortaya koyduğu yüksek düzeyde anlam boyutunda; (felsefi boyutta kültürel anlam) değişimler oluşmuştur. Tasarımcı günün koşullarını karşılayan bir tasarıma özgün değerlerin doğru anlatılması ile ulaşabilir ise bu anlam, dolayısı ile imajda, oluşan yanlışlıklara karşı gelebilir. Başka bir deyişle, doğru göstergeler aracılığı ile iletişim kurgulanıp, çağdaş bir kullanıma ulaşılabilir. Böylelikle yaygın bir kullanıma da ulaşılabilir.

Tasarımcının tipik özellikleri kullanarak özgün bir biçimlenmeye ulaşmasının yanı sıra pratik anlamda üretilen tipin yaygınlaşmasına kolaylık sağlayabilecek teknolojileri kullanması da önemlidir. Ortaya konan tasarımın kolay üretilebilirliği yaygınlaşmasında etkindir. Eğer ki, ulusal ya da uluslararası boyutta, oraya konan bir tek tipin oluşumu var ise (Starbucks gibi) kolay üretilebilirlik en önemli tasarım kıstaslarından biri olabilir.

Aynı bağlamda, oluşturulan imajın kolay akılda kalır bir imgeye karşılık gelmesi de önemlidir. Tipleşmiş bir unsurun ticari bağlamda değerini arttıran bir diğer durum da

tekrar kullanımını sağlamak ise kolay hatırlanabilmesidir. Sadece ticari bir kaygı olmaksızın, kullanım yaygınlığının da artmasında etkin bir rolü olduğu düşünülebilir. İmajı doğru yansıtan ve kolaylıkla akılda kalan bir tasarımın ortaya konması ulaşılacak kullanıcı sayısının artmasında etkindir. Bu bakış açısı ile kahvehane iç mekânını bir gösterge olarak ele almak önemlidir. İlk anlam katmanında işlevini karşılayan biçimlenmelerin üzerine tipi oluşturan unsurlar aracılığı ile tasarıma yan anlamlar yüklenmelidir. Bu yan anlamların da kültürün özgün değerlerini ortaya koyan biçimsel özellikler oluşturabilir. Bu durumda kullanılan bir takım kahvehane kültürüne ait tipik özellikler işlevinin yanı sıra sadece imaj oluşumuna katkıda bulunmak adına sembolik anlamlar yüklenebilir. Böylelikle, tasarımcı ürününde var ettiği farklı anlam katmanları aracılığı ile oluşturduğu göstergede kahvehane kültürünü karşılayan imajlara ulaşabilir. Kısacası tasarımcının bir imaj oluşturmak için tasarladığı durumlarda ürünü bir göstergeler bütünü olarak değerlendirmesi önemlidir.

Yukarıda yer alan kahvehane imajının oluşumunda önemsenmesi gereken bir takım koşulların yanısıra; genel olarak tasarımcının kabulleri etkileyen önemli noktalar da belirtilecektir. Bunlardan en önemlilerinden biri tasarımın kullanıcının ihtiyaçlarına yeterli bir boyutta cevap verebilmesidir. Kullanıcı tatmini mekânın tekrarlı olarak kullanılmasında etkindir. Yukarıda yer alan kültürel değerlerin varlığı o mekânın kullandıkça bir yere dönüşmesinde ne denli etkili ise bu mekânın fiziksel işlevleri de o denli iyi kurgulaması gerekmektedir. Üst anlam boyutunda mekânı yere dönüştüren bir takım unsurların var olması, bu mekânın kullanılabilirliğinin atmasını gerektirmez. Öncelikle fiziksel işlevlere doğru bir biçimde cevap vermesi gerekmektedir.

Mekânın işleyişini doğru bir biçimde sağlaması için bir takım standartları da uygulaması gerekmektedir. Ergonomik bağlamda mekânın kullanıcının ihtiyaçlarını karşılaması önemlidir. Bir takım verilerin uluslararası farklılıklar gösterebileceği de ön görülmelidir. Gerek malzemelerin kullanımında, gerek donatıların tasarımında, gerekse de kullanıcıların işlevsel ihtiyaçlarının karşılanmasına sunulan önerilerde çağdaş ve uluslararası standartların kullanılması önemlidir. Daha önceki bölümlerde örnek verilen bir takım kurumsallaşmış kahvehane zincirlerinde görülmektedir ki, uluslararası bir standart yakalanmaya çalışılmıştır. Böylece bu kurumsal kimlik dünyanın birçok yerinde aynı imaj ile kendini sunmaktadır. Böylelikle özgün ve tek

bir tipin ürünü haline gelmektedir. Fakat bu noktada Türk kahvehanesinin yerel kimliği ön planda olmalıdır. Kurumsallaşmış kahvehane zincirlerinden farklı olarak Türk kahvehanesi yerel bir kimliğin vurgulandığı bir iç mekan anlayışı ile tasarlanmalıdır.

Kahvehane imajını oluştururken bir diğer unsur ise bu çağdaş tasarımın var olan tipik özelliklerin birebir uygulanmasından çok onların çağdaş yorumlarının yakalanabilmesidir. Eskiden kullanılan bir takım biçimleri birebir uygulamaktan çok bunların soyut ve çağdaş bir görüntüye ulaştırılabilmesi önemlidir. Başka bir deyişle, tasarlanan iç mekânın özgün değerleri taşıyan bir yorum olması gerekmektedir. Biçimlenen iç mekân bu yorum aracılığı ile günümüz koşullarına doğru bir şekilde uyum sağlayabilir. Ayrıca günümüzün sıklıkla kullanılan rekreasyon alanlarının başında gelen alışveriş merkezlerinde de tasarlanabilecek yapıda bir biçimsel oluşumun olması da önemlidir. Günümüzün değişen sosyalleşme ve tüketme tiplerine de uyum sağlanabilmelidir.

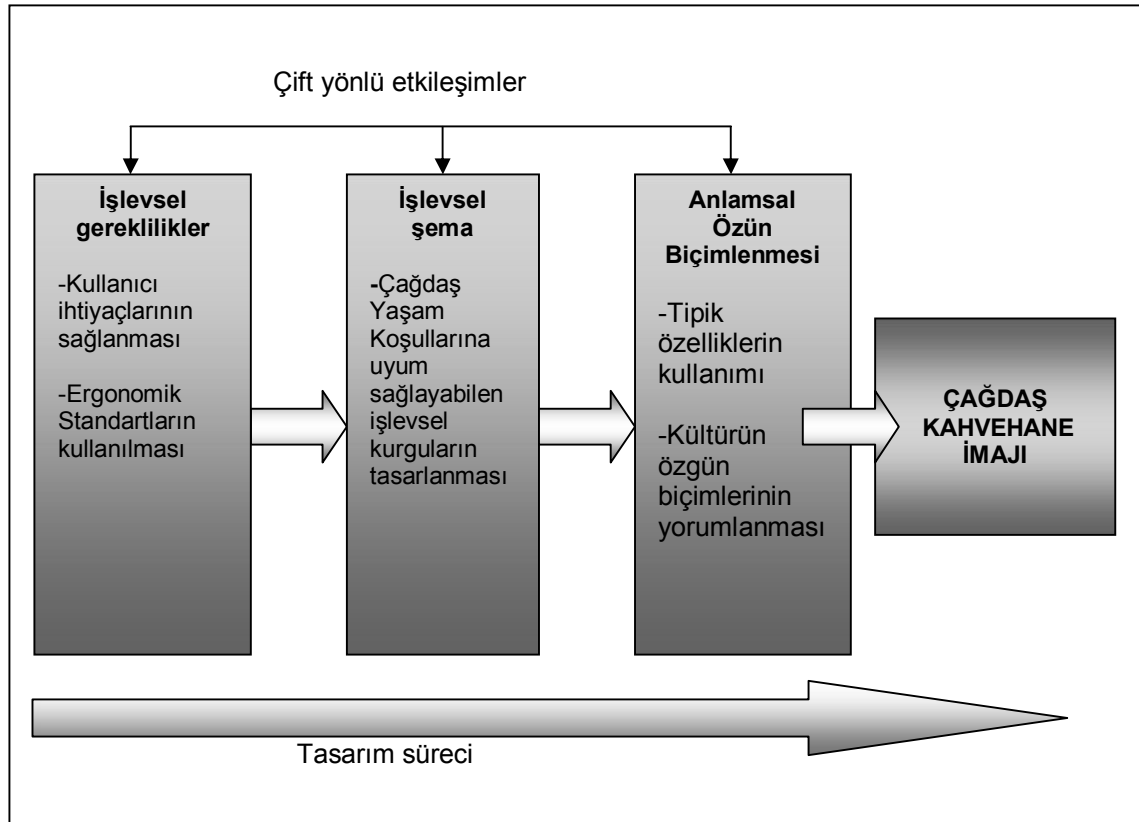
Kahvehane iç mekânının çağdaş kullanılabilirliğe uyum sağlamasında tasarımcının bir diğer önemli işlevi ise mekânın biçimlenmesinde kurgunun da çağdaş bir öneri ortaya koyabilmesidir. Her tasarım içerisinde bir kullanım kurgusu önerir. Bu bakış açısı ile kahvehane iç mekânının ilişkilerinin kurgulanması da kullanıcıya bir işlev şeması önermektedir. Böylelikle, çağdaş yeme içme biçimlerinin kurgusunun bu mekânda yer alması kullanılabilirliğinin artmasında önemli bir etkidir denilebilir. Giriş alanı, ağırlama alanı, ocak ve servis bölümleri gibi birçok işlevin bir araya gelişinde ortaya çıkan kurgunun hem doğru işleyen, hem de çağdaş ihtiyaçları karşılayabilen bir biçimde olması gerekmektedir. Bu biçimin oluşmasında işletmenin ticari bir takım kararları da önemli bir etkidir. İşletmelerin çağdaş tüketim biçimlerine yeni öneriler getirebilmesi gerekmektedir.

Yukarıda ortaya konan önerileri bir arada sıralamak gerekir ise;

- Tasarımın var olan tipik özellikleri barındıran kültüre özgün biçimleri barındırması
- İmaj oluşturma aşamasında bu tipik özelliklerin çağdaş yorumlarının stilize edilmesi
- İmajı oluşturan unsurların özgün kahvehane tipini temel olan anlam katmanlarını barındırması

- İç mekân tasarımının bir gösterge olarak ele alınması
- Uluslararası boyutta ortaya konacak imaj oluşumunda kolay akılda kalır imgelerin kullanılması

- Tasarımın her elemanında uluslararası ergonomik standartların kullanılması
- Mekân biçimlenmesinde yaygın kullanıma ulaşmak için üretim kolaylığı
- İç mekânın işlevin en doğru biçimde gerçekleştirilmesine katkıda bulunması
- İşletme sahipleri ile birlikte çağdaş yaşam koşullarını (tüketim biçimlerini) sağlayabilen bir işleyiş kurgusunun tasarlanması gereklidir.



Şekil 17. Çağdaş Kahvehane İmaj Oluşumu

Yukarıda oluşturulan model ise kahvehane imaj oluşumunun aşamalı bir aktarımıdır. Daha önce ortaya konan önerilerin sistemli bir sunumu olan bu tabloda ilk aşama işlevsel gereklilikler olarak ortaya konmuştur. İşlevsel gereklilikler tam olarak yerine getirildikten sonra yeni ve çağdaş yaşam koşullarına uyum sağlayabilen bir çalışma kurgusunun sunulması gerekliliği belirtilmiştir. Bu aşamalardan sonra özgün anlamsal içeriğe kahvehane iç mekanında tipik olan özelliklerin aracılığı ile gidilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır. Böylece çağdaş bir kahvehane imajına ulaşılabileceği belirtilmiştir.

Yukarıda yer alan öneriler temel alındığında görülmektedir ki, kahvehane iç mekânlarının bugün de geçerli bir kullanıma ulaşması çağdaş yaşama uyum sağlayabildiği oranda gerçekleşebilir. Kültürün tipik özelliklerine uyumlu ve çağdaş bir anlatım dili oluşturulduğunda, hem ulusal hem de uluslararası bir kullanıma ulaşılabilir.

7. 2. GENEL DEĞERLENDİRME

Bu tez çalışması kahvehane kültürünün özgün bir değer olarak günümüz kadar taşınması ve halen kullanılır bir iç mekân olması için gerekli önerileri ortaya koymuştur. Bu amaçla ilk olarak Türk kahvesinin tarihi geçmişi araştırılmıştır. Daha sonra Türk kahvehanelerinin ilk biçimlenme süreçleri ve çeşitleri ortaya konmuştur. Bu bölümde yapılan araştırmalarda görülmüştür ki, zaman içerisinde kahvehane Türk kültürünün özgün bir parçası haline gelmiştir. Başka bir deyişle, kahvenin kullanılabilirliği Türk kültüründe hızla yayılmış ve farklı ilgi alanları ve iş sahaları olan insanların gruplaştığı iç mekânlar haline dönüşmüştür.

Birçok farklı grup için farklı isimler alarak biçimlenen bu iç mekânlar, bir süre sonra Osmanlı Döneminin tek, ev dışında sosyalleşilen mekânları olmuştur. Bu denli yaygın ve sık kullanılan mekânların o dönem birer klüp gibi çalıştığı görülmektedir. Tez kapsamında; haberleşmenin yapıldığı; sosyal iletişim ortamının yaratıldığı; kimi zaman iş bulma kurumu görevi üstlenen; gerek siyasi gerek mesleki tartışmaların yapıldığı; oyunların oynandığı; gösterilerin yapıldığı; eğlencelerin düzenlendiği; bu iç mekânlar Türk halkının ilk özgün iç mekân biçimlenme değerlerinden biri olduğu görülmüştür.

Bu iç mekân biçimlenmesinin kültürel bir değer olup olmadığını ortaya koymak için, ilk olarak kültür kavramının ne olduğu ileten teorik çalışmalara yer verilmiştir. Bundan sonra, kültür ve insan arasında oluşabilecek ilişkiler üzerinden yapılmış bir takım araştırmalar irdelenmiştir. Bölümün sonunda kültür ve insan arasında güçlü ve çift yönlü bir etkileşimin olduğu görülmüştür. İnsanın kültürü oluşturan temel yapı taşı olduğu ve bu yapıtaşının da çevresini biçimlendirirken kültürel değerlerini yansıttığı görülmüştür.

Böylelikle kahvehane iç mekân biçimlenmesinin içerisinde yer alan bir takım özgün oluşumların kültürün bir yansıması olduğu ortaya konmuştur. Bu noktadan çıkışla kahvehane iç mekânın kültürel bir değer olabileceği düşünülmüştür. Kahvehane iç mekânının kültürel bir değer olarak kabul edilmesi tezin çıkış noktasının oluşmasında önemli bir tespittir.

Bundan sonra yer alan bölümde ise insan ve mekân arasında oluşan etkileşim daha da detaylı olarak çevre psikolojisi disiplininin terminolojisi yardımı ile tanımlanmaktadır. İlk olarak mekân ve yer kavramları irdelenmiştir. İnsan kullanımı ve zaman faktörü bir arada değerlendirildiğinde yer kavramının oluştuğu görülmüştür. İnsanlar kullandıkları çevreleri zaman içerisinde kendi yerlerine dönüştürürler. Bu bakış açısı ile kahvehanelerin kullanıcıları için artık bir mekân olmaktan çok yer oldukları düşüncesi ortaya konulmuştur. Kahvehane iç mekânlarının belli insan grubu tarafından zaman içerisinde tekrarlı kullanımı bu mekânların kimlik oluşumunda da temeldir. Böylelikle denilebilir ki, mekândan yere dönüşen bu iç mekânlar kullanıcıları aracılığı ile kimliklendirilmişlerdir. Ayrıca bu kimliğin bir kültürel kimlik de olduğu belirtilmiştir. Bu noktada kültürel kimliğin tanımı da araştırılmıştır. Tez kapsamında kahvehane iç mekânının kendine ait bir yer kimliği olduğu görülmüştür. Daha sonraki bölümlerde bu kimliği oluşturan tipik özellikler araştırılmıştır.

Yer kimliği kavramı ile yere bağlılık kavramı da irdelenmiştir. Çevre psikolojisi disiplinine dayanarak bir yer kavramına karşılık geldiği ortaya konan kahvehane iç mekânının kullanımla birlikte; bire de yere bağlılık kavramını karşılayan bir mekan olduğu belirtilmiştir. Yere bağlılık kavramının kullanıcı ve yer arasında oluşan bir bağ olduğu kanısından yola çıkarak bu bağın sağlıklı kurulması gerekliliği belirtilmiştir. Kahvehane iç mekânlarının da kulüp işlevi gördüğü dönemlerde kullanıcısı ile arasında bir bağ oluşmuş olabileceği düşünülmüştür. Yapılan araştırmalarda algılanmıştır ki, bu bağ ne denli kuvvetli olursa bireyin o mekânda kalma isteği artmaktadır. Tezin sonunda görülmüştür ki, kullanıcı tipinin değişmesi ile yere bağlılık kavramlarında da bir takım kesintiler oluşmuştur. Günümüzde bu bağlılık kavramı sadece kısıtlı bir grup için geçerliliğini korumaktadır.

Bu bölümde tespit edilmiştir ki, insan ve çevre arasında oluşan fiziksel ve psikolojik bağların biçimlendirdiği bir takım kavramların oluşması kahvehane iç mekânları ve

kullanıcısı arasında görülmektedir. Kahvehane iç mekânlarının kullanıcıları için sadece bir mekân olmaktan çok daha fazlası olduğu belirtilmiştir. Kahvehanelerin kendilerine özgün kültürlerinin olduğu yerler olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca bu özgünlüğün onlara birer kimlik kazandırdıkları da söylenebilir. Bir imaj oluşumundan söz edilirken bu yer kimliğinin nasıl olduğunun kavranması önemlidir. Tez bu noktalardan çıkışla bir tipin arayışına yönelmiştir.

Bundan sonra biçimlenen bölümde ise bir imaj oluşumu değerlendirmeden önce imajın ne olduğunu tanımlamaya yardımcı olabilecek bir takım kavramlar araştırılmıştır. İlk olarak imaj oluşumunda temel olan iç mekân algısının üzerine yapılmış araştırmalar irdelenmiştir. Kişilerin mekânları algımlarken birçok faktörden etkilendikleri ve bu algılama sürecinin sonunda mekânlara dair bir takım bilişsel şemaları oluşturdukları bilgisi aktarılmıştır. Bu bilgilerin tez için önemli noktası bu insanların mekânlara ait sahip oldukları bilişsel şemaların kendi özgün kültürlerinden direkt olarak etkilendiği bilgisidir. Buradan yola çıkarak insanların kahvehane iç mekânlarına dair bir takım imajlara sahip olabilecekleri düşünülmüştür. Daha sonra anlam üzerine tanımlamaların yapıldığı bölümde de görülmüştür ki, iç mekânlar birer gösterge olarak değerlendirildiğinde işlevlerinin yanı sıra bir takım başka anlamlar da yüklenebilmektedirler.

Kahvehane iç mekânı bu bakış açısı ile değerlendirildiğinde, içerisinde barındırdığı bir takım tipik unsurlarla ait olduğu kültürel ve özgün kimliğe dair bir takım anlamlar barındırmaktadır. Bu yan anlam olarak değerlendirilen anlam katmanlarının temsil edilmesi, kahvehane iç mekân imajının oluşumunda göz önünde bulundurulması gereken bir koşuldur. Tez kapsamında ortaya konan tipik özelliklerin her birinin yaygın olarak bilişsel şemalarda yer alan bir takım imajlara karşılık geldiğini belirtmek önemlidir. Özellikle tip olduğu belirtilen bu özelliklerin o kültüre ait birçok anlamın tanıtımında (iletiminde) etken bir rol oynadığı kesindir.

Ayrıca günümüzde bu tipik özelliklerin yeniden yorumlanarak özgün bir tipe ulaşması bu imajların tekrar hatırlanması ve kullanılmasında önemli bir görev üstlenebilir. İnsanların günümüzde kahvehanelere ait kafalarında yer almış bir takım yanlış imajların değiştirilmesi için, bu imajların doğrularının biçimlendirilip sunulması gerekmektedir. Bu noktada tasarımcının bu tipik unsurlar hakkında yeterli bilgiye

sahip olması önemlidir. Uluslararası düzeyde sunulan örneklerde bu tipin doğru yansıtılması ülkenin kimliğinin tanıtılması bakımından önemlidir.

Algı, biliş, bilişsel şemalar, anlam, imaj gibi konular üzerine irdelemeler yapıldıktan sonra başka bir bölümde ise kahvehane kültürünün iç mekân biçimlenmesi kültürel süreklilik içerisinde incelenmiştir. Bu bölümde Osmanlı döneminden, günümüze kahvehanelerin iç mekân tasarımlarının ne türlü sosyo-kültürel değişimlerden etkilendiği ve ne tür biçimsel farklılıklar oluştuğu anlatılmıştır. Çalışma kapsamında, Türkiye'nin geçirdiği sosyo-kültürel farklılıklarının kahvehane iç mekân tasarımında oluşturduğu biçimsel farklılıklar ortaya konmuştur.

Osmanlı döneminde ilk kahvehane iç mekân biçimlenmesinin konak oturma salonunun biçimi ile benzerlikler gösterdiği ortaya konmuştur. Bu döneme ait iç mekânların tasarımında ortak hacim kullanımı, merkezci bir mekânda havuz kullanımı ve sedirlerin bu havuz etrafında yerleştiği görülmüştür. Ayrıca bu hacim içerisinde zaman zaman baş sedirlik adı verilen farklı oturma alanlarının da kurgulandığı görülmüştür. Dönemin süsleme unsurlarının birçok farklı tasarım elemanında sıklıkla kullanıldığı görülmüştür. O döneme ait kahvehanelerin pek çoğunun günümüze kadar korunamamasından dolayı yapılan tespitler var olan kısıtlı görsel malzeme aracılığı ile yapılabilmektedir. Ancak birçok kaynakta Osmanlı dönemine ait kahvehane iç mekânlarının yoğun bezemeli özgün mekânlar olduğu belirtilmiştir. Ocak, havuzlu orta mekân, sedirli oturma alanı, baş sedirlik gibi unsurların gösterişli bir tasarımla biçimlendiği belirtilmiştir. Mahalli kahvehanelerin ise çok daha sade iç mekân biçimlenmelerinin olduğu görülmektedir.

Osmanlı döneminin kapanması ile büyük gösterişli şehir kahvehaneleri olarak adlandırılan bu mekânlar azalmaya başlamıştır. Batılılaşma sürecinde ise kahvehane Avrupa'da özellikle Viyana'da yer alan örneklerle benzetilmeye çalışılmıştır. Fakat mahalli kahvehanelerde biçimsel değişim yoğun olarak görülmemiştir. Cumhuriyetin kuruluş yıllarından günümüze kadar kahvehanelerin bir takım çağdaş standartlara ayak uydurması için çalışmalarda bulunulmuştur. Fakat belediyelerin yaptığı birçok çalışma sonuçsuz kalmıştır.

Tez kapsamında bu çalışmalara örnekler sunulmuştur. Bu örneklerde görülmüştür ki, hazırlanan yönetmeliklerde sadece kahvehanelerin temizlik ve işlevsel bir takım

sıkıntılarının giderilmesi üzerine yaptırımlar vardır. Kahvehanelerin özgün iç mekân biçimlenmesinin korunması ve kültürel bir değer olarak kabulü üzerine bir yaptırıma rastlanılamamıştır. Bu çalışma, kahvehanelerin özgün bir kültürel değer olarak kabul edilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır. Buradan yola çıkarak, tezin kapsamında kahvehane iç mekânının Türk kahve kültürü yansıtan özgün tipinin olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan araştırmalar sonucunda görülmüştür ki, kahvehanelerin iç mekânlarında tekrar eden bir takım özellikler bulunmaktadır.

Bu tespitten sonra, tez çalışması, kahvehane iç mekânını oluşturan tipik özellikleri ortaya koymaktadır. Bu tipik özelliklerin çağdaş bir kahvehane tasarımının biçimlenmesinde taban oluşturacak unsurlar olması gerektiği belirtilmiştir. Bu tipik özellikler şu şekilde sıralanmıştır;

- Hacim biçimlenmesinde bütüncül bir iç mekân kurgusu
- Geçirgen iç ve dış mekân etkileşimi
- Donatılarda tipik olan unsurlar;
 - Ocak Ünitesi (çevresinde yer alan servis ve depolama alanı bir arada kurgulanan)
 - Sedirli oturma üniteleri
 - Hasır taburelerin kullanımı
 - İletişim unsurlarını barındıran donatıların kullanımı

Tezin temelinde yer alan kahvehane iç mekânının çağdaş imaj oluşumu için gerekliliklerin ortaya konulmasından önce yurtdışında oluşmuş ve yaygın olarak kullanılan imaj örnekleri değerlendirilmiştir. Çalışma bu kapsamda Paris ve Viyana kahvehanelerini incelemiştir. Uluslararası düzeyde tanınırlığı ve yaygın kullanımı olan bu kahvehanelerin de Türk kahvehanelerinde olduğu gibi bir takım tipik özelliklerinin bulunduğu görülmüştür.

Viyana kahvehanesinin mermer yüzeyli masası, Tonet sandalyesi ve de ayna kullanımının tipik unsurlar olduğunu belirten bir takım kaynaklara rastlanılmıştır. Paris kahvehanesinin ise en tipik özelliğinin dış mekân kullanımı olduğu görülmüştür. Bu tipik özellikler ortaya konulduktan sonra üç kahvehanenin karşılaştırmalı bir değerlendirilmesi yapılmıştır. Bu değerlendirme sonucunda tipik özellikler konusunda Türk kahvehanesinin sayıca daha fazla miktarda özelliği

barındırdığı görülmüştür. Fakat yaygın kullanılrlık ve var olan örneklerin korunması bağlamında yapılan karşılaştırmada Türk kahvehanesinin en az kullanılrlığı olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca geçmişten günümüze yok denecek kadar az örneğin ulaşabildiği görülmüştür. Tez bu noktada, Paris ve Viyana kahvehanelerinin özgün kültürel bir değer olarak kabul edilmeleri sebebiyle günümüze kadar ulaşabildikleri düşüncesini ortaya koymuştur. Türk kahvehane kültürünün de özgün bir değer olarak kabul edilmesi gerekliliği vurgulanmıştır.

Tezin son bölümünde ise kahvehane iç mekânlarının kültürel bir değer olarak kabul edilmesi ve değerin çağdaş bir imaja ulaşması için yapılması gerekenler üzerine bir takım öneriler sunulmuştur. Bu önerileri yapmadan önce kahvehanelerin günümüzdeki durumu üzerine bir takım tespitler yapılmıştır. Kahvehanelerin kullanıcı tiplerinin değiştiği ve bu mekâna yüklenen anlamlarınla bu durumla doğru orantılı olarak değiştiği belirtilmiştir. Tez kapsamında yapılan araştırmalarda kahvehanelerin artık sadece mahalli düzeyde kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca kullanıcı grubunun çoğunluğunun işsiz ve emekliler tarafından olduğu görülmüştür. Bu noktada problem kahvehanelerin kullanılrlıklarındaki azalma ve de iç mekân kalitesinde düşüş olarak ortaya konulmuştur. Genel tespitin kahvehanelerin çağdaş standartlara ulaşamayan bir iç mekân ve hizmet kalitesi verdiği üzerinedir. Bundan dolayıdır ki, yaygın bir kullanıma ulaşamamıştır.

Bu problemin çözümü üzerine yapılan öneriler tezin amacı olarak nitelendirilebilir. Bu öneriler iki farklı yönde irdelenmiştir. İlk olarak kahvehane kültürünün dolayısı ile kahvehane iç mekânının bir değer olarak kabul edilmesi için yapılması gerekenler değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme kapsamında bir model önerisinde bulunulmuştur. Bu model kahvehane kültürünün bir değer olarak kabulünde hem tasarımcı, hem devlet kurumlarını, hem de kullanıcıyı etkin rolleri olan unsurlar olarak değerlendirmiştir. Çalışma kapsamında devlet kurumlarının hem kullanıcıları bilinçlendirmede, hem var olan örneklerin korumasında, hem de yeni örneklerin biçimlenmesinde bir takım yaptırımlara gidilmesinde etken rolleri olmalıdır. Bu önerinin oluşmasında var olan korunmuş örnekler Viyana ve Paris kahvehaneleri temel alınmıştır. Viyana kahvehanesinin ticaret odaları ve dernekler aracılığı ile özgün bir kimlik kazanması sağlanmıştır ve de var olan örnekler bozulmadan günümüze kadar korunabilmiştir. Paris kahvehanelerinin bulunduğu yerlerde ise devlet tarihi dokunun korunması adına birçok yaptırımda bulunmaktadır.

Tasarımcının ise kahvehane kültürü konusunda kapsamlı bir tarihi bilgiye sahip olması gerekmektedir. Var olan örneklerin değerlendirilmesinde ve yeni örneklerin oluşumda kültürün özelliklerinin doğru yansıtılabilmesi önemlidir. Ayrıca çağdaş bir tasarım anlayışının özgün kültürel değerlerden esinler alarak tasarlanması temeldir. Ayrıca kullanıcının ihtiyaçlarının da doğru olarak tespit edilmesi gerekmektedir. Yaygın kullanıma ulaşmak ancak kullanıcının gerekliliklerinin doğru karşılanması ile gerçekleşebilir. Bu modelde görülmektedir ki kullanıcı, tasarımcı ve yaptırımı devlet kurumlarının bir arada çalışması ile kahvehane kültürünün bir değer olarak kabul görmesi olasıdır.

Diğer kısımda ise tasarımcının iç mekânın biçimlenmesinde göz önünde bulundurması gerekli olan unsurlar ortaya konmuştur. Bu bölümde tasarımcının kahvehane iç mekânının tipik özelliklerden yolla çıkarak iç mekâna yeni yorumlar getirmesinin önemi vurgulanmıştır. Ortaya konan tipik özelliklerin yeni tasarımda kullanımı kültürün özgün olarak korunması için gereklidir.

Ayrıca yaygın bir kullanıma ulaşabilmek için çağdaş yaşam biçimlerine uyum sağlaması en önemli gerekliliklerden biridir. İnsanlar çok yoğun bir yaşam temposu içerisindeyler. Eski dönemlerdeki zaman kullanım biçimleri artık değişmiştir. Çalışan bireylerin eski günlerde olduğu gibi uzun zamanlarını kahvehanelerde geçirme imkânları yoktur. Daha öncede de irdelendiği gibi; bir takım kurumsallaşmış kahvehane zincirlerinin sıklıkla kullanılmasın sebeplerinin başında çağdaş yaşamın gündelik hızına uygun hizmet sunmalarıdır. Çağdaş bir kahvehane iç mekân imajının oluşumunda bunun gibi bir takım çağdaş yaşam koşullarının değerlendirilmesi önemlidir. Tez kapsamında bu öneriler şu şekilde sıralanmıştır;

- Tasarımın var olan tipik özellikleri barındıran kültüre özgün biçimleri barındırması
 - İmaj oluşturma aşamasında bu tipik özelliklerin çağdaş yorumlarının stilize edilmesi
 - İmajı oluşturan unsurların özgün kahvehane tipini temel alan anlam katmanlarını barındırması
- İç mekân tasarımının bir gösterge olarak ele alınması

—Uluslararası boyutta ortaya konacak imaj oluşumunda kolay akılda kalır imgelerin kullanılması

- Tasarımın her elemanında uluslararası ergonomik standartların kullanılması
- Mekân biçimlenmesinde yaygın kullanıma ulaşmak için üretim kolaylığı
- İç mekânın işlevin en doğru biçimde gerçekleştirilmesine katkıda bulunması
- İşletme sahipleri ile birlikte çağdaş yaşam koşullarını (tüketim biçimlerini) sağlayabilen bir işleyiş kurgusunun tasarlanması gereklidir.

Sonuç olarak, çağdaş kahvehane imajının oluşmasında probleme hem sosyo-kültürel hem de biçimsel bir değerlendirme getirilmelidir. Bu iki yaklaşım birbirinden bağımsız düşünülemez. Problemin farklı boyutlarına getirilen bu önerilerin ancak bir arada gerçekleştirilebilmesi çağdaş bir kahvehane imajının biçimlenmesi ile sonlanabilir. Günümüzde yaygın olarak kullanılmayan bu iç mekânların kültürümüzün özgün değeri olduğunun kabul edilmesi gerekmektedir. Her tasarımcının bu sorumluluk ile yeni ürünler sunması önemlidir. Tez, Türk kahvehane kültürünün özgün biçimsel tavrının tasarımcılar aracılığı ile yeni mekanlarda kullanılabilirliğe ulaştırılabileceğini belirtmektedir. Kahvehane iç mekanları çağdaş imajlarıyla yeniden kültürümüzün bir parçası haline gelmelidir.

8. KAYNAKLAR

- ALTMAN, Irwin ve M. Chemers 1989 Culture and Environment Cambridge: Cambridge University Press.
- ARCAN, Enis ve F. Evci 1992 Mimari Tasarıma Yaklaşım İstanbul: 2K Yayınevi.
- AYALP, Nur 2005 “Kültürel Değişim Sürecinde Eski ve Yeni Anlayışlarının Mekan Oluşumundaki Yansımaları” Editor Müge Bozdayı Çağdaş Kent Yaşamında Mekan Sorunları. Ankara: Hacettepe Yayınları.
- AYDINLI, Semra 2004 “Epistomolojik Açıdan Mekan Yorumu” editörler Ayşe Şengürer ve arkadaşları Mimarlık ve Felsefe İstanbul: Yapı.
- BARKER, Roger 1968 Ecological Psychology. California: Stanford University Press.
- BAYNES, Ken 2004 Toplumda Sanat (Çeviren Yusuf Atılgan) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BİRSEL, Salah 1975 Kahvehaneler Kitabı İstanbul: Koza Yayınları.
- BOZDAYI, Müge 2004 İç Mekan ve İnsan Ankara: Hacettepe Yayınları
- ÇAĞLAR, Nuri 2006 Kahvehanede Kumar Oynatmaya Kitaplık Kurma Cezası Hurriyet 8 Mayıs.
- ÇAKIN, Şahap 1988 Mimari Tasarım, İnsan Toplum ve Çevre İlişkileri İstanbul: Özal Matbaası.
- ÇİZMECİ, Sule 2005 Kahve Bahane www.radikal.com.tr.
- DORREN, Meis 1998 “Space-time and politics of location” Architectural Design Profile 132:34-39.
- ECZACIBAŞI, Şakir 2006 Kahvehaneler. İstanbul: Eczacıbaşı.
- EMİNOĞLU, Münnevr 2001 Bir Beyoğlu Fotoromanı İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- ERKMAN, Fatma 1987 Göstergebilime Giriş İstanbul: Alan Yayıncılık.
- EVREN, Burçak 1996 Eski İstanbul Kahvehaneleri. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- GEORGEON, Francois 1999 “Osmanlı İmparatorluğunun Son Döneminde İstanbul Kahvehaneleri” Editor Desmet Gregoire ve Francois Georgeon Doğuda Kahve ve Kahvehaneler (Çevirenler Meltem Atik, Esra Özdoğan) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- GIFFORD, Robert 1987 Environmental Psychology: Principle and Practice. Boston: Allyn.
- GİZ, Selehattih_1989 Beyoğlu 1930. İstanbul: Çağdaş Yayıncılık.
- GÜR, Öymen. 1996 Mekan Örgütlenmesi Trabzon: Gür Yayıncılık.
- GÜRSOY, Deniz, 2005 Sohbetin Bahanesi Kahve. İstanbul: Oğlak Yayınları.

- GÜVENÇ, Bülent 1996 İnsan ve Kültür İstanbul: Remzi Kitapevi Yayınları.
- HATTOX, Ralph S. 1998 (Çeviren Nurettin Elhüseyni) Kahve ve Kahvehaneler. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- HAY, Robert 1998 “Sense of Place in Developmental Context”. Journal of Environmental Psychology 18:5-29.
- HEISE, Ulla 2001 Kahve ve Kahvehaneler. Ankara: Dost.
- İŞOĞLU, Tunç 2006 Kahve ve Kahvehaneler www.forumuz.net/kahve-ve-kahvehaneler
- İZGİ, Utarit 1999 Mimarlıkta Süreç, İstanbul:Yem Yayınları.
- KAÇAR, Muhammet 2006 Her Kahvehaneden Öğretmen Sorumlu Hurriyet 12 Haziran
- KAHVECİOĞLU, Hüseyin L. 1998 Mimarlıkta İmaj: Mekansal İmajın Oluşumu ve Yapısı Üzerine Bir Model (Doktora Tezi) İstanbul:İstanbul Teknik Üniversitesi.
- KALKAN, Ersin 2005 Kitapsız ve Kadınsız Kahve Artık Yasak Hurriyet 23 Nisan
- KAYA, Hülya 2005 “Kahve İlgisi İster” Gold Style 20:23-25.
- KILIÇ, Duygu 2003 Mimari Mekanda Algısal Bir Süreç Olarak İmaj: Ulusal Postane Örneği (Yüksek Lisans Tezi) Ankara: Gazi Üniversitesi.
- KORTAN, Enis 2000 Kaybolan İstanbul:Acı Su Sokak www.boyutpedia.com
- KURUNÇ, Ayşegül 1999 Mimaride Estetik Değerlendirme Boyutlarında Kültürel ve Anlamsal Boyutun İncelenmesi (Yüksek lisans tezi) İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- KUŞ, Mehmet 2006 Kahvehane Kültürü Değişti www.cihandergi.com
- LANG, Joan 1987 Creating Achitectural Theory New York: Van Nostrand Reinhold.
- LOW, S. Ve Altman, I. (Eds) (1992). “Place attachment: a conceptual inquiry”. Human Behavior and Environment (Vol.12). N.Y.: Plenum.
- LYNCH, K. 1960 Image of City Cambregde Massachusetts: MIT Press.
- MATSUMATO, David 2000 Culture and Psychology. San Francisco: Wadworth.
- MC ANDREW, F.T.1993 Environmental Psychology. California: Brooks Cole Publishing Company.
- NEISSER, Ulrich 1977 Cognition and Reality San Francisco: Freeman.
- NORBERG-SCHULTZ, C 1980 Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture. New York: Rizzoli.
- NÖTH, Winfriend 1990 Handbook of Semiotics Indiapolis: Indiana University Press.
- NÜMAN, İbrahim 1981 Eski İstanbul Kahvehanelerinin İktimai Hayattaki Yeri ve Mimarisi Hakkında Bazı Mülâhazalar Akademi Mecmuası 2:57-74.

- ÖZER, Bülent 1993 Yorumlar: Kültür Sanat Mimarlık, İstanbul: Yem Yayınları.
- ÖZTÜRK, Serdar 2006 Cumhuriyet Türkiye'sinde Kahvehane ve İktidar. İstanbul: Kırmızı yayınları.
- PIAGET, J 1955 The Children's Constraction of Reality, London: Routledge and Kegan Paul.
- PRESIOZI, Donald 1979 Architecture, language and meaning : the origins of the built world an Mouton
- RAPOPORT, Amos 1987 Human Aspect of Urban Form Great Britan: Pregamon Press.
- RAPOPORT, Amos 2004 (Çeviren Selçuk Batur) Kültür Mimarlık Tasarım. İstanbul:Yem Yayıncılık.
- RIFAT, Mehmet 2000 20. Yüzyılda Dil Bilim ve Göstergebilim Kuramları. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- SARAÇGİL, Ayşe 1999 "Kahvenin İstanbul'a Girişi: 16. ve 17. Yüzyıllar" Editor Desmet Gregoire ve Francois Georgeon Doğuda Kahve ve Kahvehaneler (Çevirenler Meltem Atik, Esra Özdoğan) İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- SAZ, Leyla 2000 Haremin İç Yüzü. İstanbul:Milliyet Yayınları
- ŞENER, Sami 2006 Kahvehane www.sevde.de/islam_Ans.
- TOKMAN, Aslı 2001 Negotiating Tradition, Modernity and Identity in Consumer Space: A Study of a Shopping Mall and Revived Caffeehouse (Yüksek Lisans Tezi) Ankara: Bilkent Üniversitesi.
- TOORN, R. And Bouman, O. 1994 The Invisible in Architecture. N.Y.: St. Martin's Press.
- TUNÇ, Ayfer 2001 Bir maniniz yoksa annemler size gelecek : 70'li yıllarda hayatımız. İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- TWIGGER-ROSS, C. Ve Uzell, D. 1996 "Place and identity processes." Journal of Environmental Psychology 16:205-219.
- Unesco-Mimarlar Odası (1986). Kültürel gelişmenin dünya onyılı ve Türkiye, Kent ve Çevre Sorunları Dizisi, İstanbul:
- ÜNVER, Süheyl 1963 "Türkiye'de Kahve ve Kahvehaneler" Türk Etnografya Dergisi . Ankara:Türk Tarih Kurumu.
- VAN EYK, Aldo 1996 "Laybrynthina Clarity" World Architecture Three, 120-129.
- YAŞAR, Ahmet 2006 Bir Okuma Evi Olarak Kahvehaneler www.gonuldengonule.com/
- YAZICI, İsmet 1997 Kitle İletişiminde İmaj İstanbul: Bilim Yayınları.