

SOSYAL VE KÜLTÜREL DEĞİŞİMİN MEKAN TASARIMINA ETKİLERİ: İSTANBUL KAHVEHANELERİ VE ÇAĞELERİ

ERANU ATAYDIN BAŞA

Uludağ Üniversitesi
Sosyal Bilimler Fakültesi
Ekonomik Bölümü
İSTANBUL

eranu.basa@uludag.edu.tr

Anahtar Kelimeler: Mekan Tasarımı, Kahve Kültürü, Kahvehane, Çafe

Giriş

Konu kavşakları sınırlı değil, kahve ile alakalı kültürlerde genetik ve sosyal yaşamın yitirilemeyen bir yönü vardır. Yaşadığımız farklı mekanlar arasında süregelen ilakların sosyalleşmesinin yollarını açan ilk mekanlar kahvehanelerdir. Bu mekanlarda insanlar bir arada buluşarak değişim süreciyle tanışmaktadır. Geleneksel toplumlarda kültür ve bilgi alışverişleri yapılır. Türklerle bu kültür üretimini sağlayan mekanlardan biri kahvehanelerdir. 20 yüzyıla kadar kahvehaneler, şehirlerin yaşamından bireysel ve toplumsal meselelere örnek düşünceler üretmekte, 21. yüzyıldan itibaren ise kahvehaneler düşünce üretiminin, sanatın, bilimin, edebiyatın, yazın ve gazetecilerin de aracıları olarak değişim sağladıkları topluma olumlu etkide bulunmuşlardır. Mekanlar olmalarıyla birlikte yapılarındaki birtakım kültürel, toplumsal ve sembolik olarak farklı değişimleri taşıyan alanlar olarak etki eden diğer kahvehane türlerinden de bahsedilebilir. Söz konusu mekanların etki alanlarının genişletilmesi, kahvehanelerin yerli çafelerle aynı işlevi

bu bağlamda doğru ile doğru bir şekilde bağlayan İstanbul'da geçen günümüzde çok sayıda kahvehane ve çafe örneklerine rastlanmaktadır. Bu bağlamda sosyal ve kültürel değişimin mekan tasarımıyla etkilenen kahvehaneler, çafeler, kafe ve çay evleri olarak İstanbul'da şehir hayatından ayrılmamıştır.

Giriş

Değişimin günümüzde sosyal, politik, sosyal ve kültürel değişimler ve bunlarla ilgili olumsuzlukların mekansal yapıları ve biçimleri ve değişim alanları üzerinde etkili olmaktadır. İnsanın sosyal ve kültürel yaşamı ile etkilenen değişim, kurumsallaşma zaman-mekan kavramlarının belirlenmesiyle ve anlamıyla da etkilenmektedir. Bu bağlamda sosyal ve kültürel anlamda mekanlar arasında doğrudan doğruya gelişen kahve kültürü, mekansal değişim alanı olarak değişim farklı fonksiyonların da eklendiği kahve hayatından çafe ve çay evleri gibi mekanlar da görece ortaya çıkmıştır.

1. Kahvehane ve Çafe

Kahvehane, kahve (Arapça) ve hane (İslam) kelimelerinden meydana gelmektedir. Büyük kuyruklu kahve satıcıları olan başlıca çay satıcıları olan "kahvesatıcılar" ve kahvehanesi anavatanı olan Etilyopya'nın Kaffa şehriyle buradaki yerli bir ilişki vardır. Ancak, 15. yüzyıla kadar, Yıldız (İstanbul) şehrinin etrafında

kitaplarda kahvenin bade yani içki, hatta şarap anlamına geldiği ifade edilmektedir.

Kahvenin şarabın, damıtılmış içkilerin aksine sarhoş etmeyen ama yine de keyif veren özelliği sayesinde olağanüstü bir uyarıcı olduğu kanıtlanmıştır. Düşünme süreçlerini hızlandırmakta çığırın bağlantı kurma ve tepki verme yetilerini arttırmakta, düşüncenin canlılığını jestlere de yansıtmakta uyanıklık durumunun daha da yoğun yaşanmasını sağlamakta ve süresini arttırabilmektedir. Kafein içeren çekirdeğin 15. yüzyılın ortasından itibaren önce İslam dünyasının, daha sonra palazlanan burjuva toplumunun ekonomik, toplumsal ve politik gelişimindeki tüm iniş çıkışlara eşlik etmesinin nedeni bu fizyolojik etkilerdir. Doğu'nun Batı'ya mimarlık sanatı, matematik, tıp, baharat ve baharatları sonra "son kültür hediyesi olan" bu çekirdek günümüzde dünya ticaretinin petrokten sonra ki ikinci büyük kalemidir [2]

1.1. Kahvehanelerin Gelişim Süreci

Kahvehanenin ortaya çıkış tarihi olarak 1511 yılı verilmektedir. İlk kahvehanenin, Mekke'de bir caminin yanında açıldığı söylenmektedir.

Buna göre camilerin kahvelerin dağılımında başlangıç çerçevelerini oluşturdukları ifade edilebilmektedir [3] İstanbul'da ilk kahvehaneler de 1555 yılında bir Halep'ten dönen Şam'dan gelen Fakim ve Şems isimli kişiler tarafından Tahtakale'de açılmıştır. Tahtakale o devirde İstanbul'da uluslararası ve yerel ticaretin merkezidir. İyi kar getiren kahve ticareti o yıllarda şehrin birçok yerinde ardı ardına pek çok kahvehane açılmasına neden olmuştur. Bu dönemde kahvehaneye aşırı ilgi imamların, hocaların ve devlet otoritelerini rahatsız etmiş, halkı kıskırttığına inanılan bu mekanlar 3. Murat döneminde yasaklanmasına rağmen kahve tüketimi ve kaçak kahvehanelerin yaygınlaşması engellenememiştir. 1830'dan sonra ise kahvehanelerin sürekli denetiminde tutulmasına karar verilmiştir.

Avrupa'daki birçok gezgin Osmanlı'daki kahvehaneleri şarapsız meyhaneler olarak adlandırmaktadır. Birçok tarihçi 16. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaygınlaşmaya başlayan kahvehanelerle, yine aynı tarihlerde getirilen meyhane ve şarap yasağı arasında önemli bir bağ görmektedir. [4]

Avrupa'nın kahvehanelerle tanışması Osmanlı, Venedikli ve Marsilyalı tacirler sayesinde olmuştur. Avrupa'da ilk kahvehane 1615 yılında Venedik'te açılmıştır. Fransa'da ise kahve Türk elçisi Süleyman Ağa ile keşfedilir. 1683'te Café de Procope ismiyle Paris'in ilk gerçek kahvehanesi açılır. Birkaç yıl sonra bir başka Türk elçisi Mehmet Ağa onu Viyana'ya kabul ettirir. Oradan bütün Avrupa'ya yayılır. Avrupa için yeni olan kahve tüketimi yeni mekanların doğmasına neden olur. "Cafe" olarak tanımlanan bu mekanlar kısa zamanda yaygınlaşır ve en ateşli politik tartışmaların mekanı haline gelir. Hatta Fransız İhtilalinin zeminini hazırlayan mekanlar olduğu ifade edilmektedir.

1.2. Kahvehanelerin Sosyal ve Kültürel Etkileri

Ülkemizin yaklaşık son iki yüz yıldır etkisi altında olduğu hızlı sosyal ve kültürel değişim son yüzyıl içinde mekansal değişiminde eksenmesi ile toplumsal yapıda köklü dönüşümlere neden olmuştur. Batılılaşma adı altında başlayan bu dönüşüm Cumhuriyet ile birlikte çağdaşlaşma olarak değişmiştir. Günümüzde yaşanan üretim ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler küreselleşme olarak adlandırılan süreç başlatmıştır. Dünyada hızla etkisini arttıran küreselleşme süreci, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamlarını biçimlendirmeye yönelik etkisi mekanlarımızı ve mimarımızı, dolayısıyla da kentlerimizin kimliklerini etkilemektedir.

Ülkemizde kentlerimizin kimlik altyapısını, Anadolu yarımadasındaki yaklaşık 5 bin yılı bulan sivil yaşamın oluşturduğu farklı ve zengin kültürlerin karşılıklı etkileşimleri ile birlikte özellikle son sekiz yüz yılı aşan Osmanlı dönemi oluşturmaktadır. Tarih boyunca, ülkemizde kentsel mekan oluşumunda, sosyal yaşam ile bütünleşen, toplumun kısıtlı olanaklarına akılcı yaratıcı çözümler içeren, ancak yaşam biçimi-

leri ve teknolojiden yararlanma açısından, zaman içerisindeki dönüşümleri ağır seyreden, köklü olmayan uygulamalar süregelmiştir. Özellikle dönemin üretim mekanizmalarına ayak uyduramayan Osmanlı İmparatorluğu'nun 20. yüzyılın başlarında çökmesinin yanı sıra sanayi devrimini yaşamamış olan Türk toplumu, kültürel aydınlanmayı da gerçekleştirememiştir. Bu dönemden sonra Atatürk'ün topluma biçtiği çağdaş kimlik anlayışı 1923- 1945 yılları arasında toplumu tarafından bir yaşam biçimi olarak benimsenmiştir. Ancak ülkemizde ikinci dünya savaşından sonra kentin ve kente dair her objenin talan edildiği dönemin başlamasıyla birlikte ulusal kimlik anlayışı ve arayışı sona ermiştir. Günümüzde de kentleri etkisi altına alan bu süreç devam etmektedir.[5]

Toplumumuzu, ekonomik, siyasal, sosyal, kültürel alanlarda etkileyen ve köklü yapısal değişikliklere neden olan bu sürecin altında yatan en önemli faktör, artık teknoloji olmaktadır.

Sanayileşme sürecine bağlı olarak kentsel üretim tarzının, nüfus artışına paralel biçimde, iş bölümüne dayalı olarak gerçekleşmesi, tüketim mallarının çeşitliliğindeki artışa sebep olmuş ve teknolojik gelişmeyi koşut olarak üretilen bu ürünlerin hızlı dağıtımını, yayılımı ve küteselleşmesi (mass production) sonucunda insanların üretilen bu ürünlere ihtiyaç duyar hale getirilmesi sağlanmıştır. Bu ise insanlara yeni toplumsal koşulları uyum sağlamaları halinde daha yüksek standartta sahip bir yaşamı kavuşacakları umudunun aşılması ile birlikte olanaklı hale gelmiştir. Yavaş yavaş oluşturulan bu tüketim ideolojisinde metaların ömrünü kısaltmak artık moda yoluyla gerçekleşir hale gelmiştir.[6]

Bunların en güzel örnekleri alışveriş merkezleri, cafe'ler, kamusal alandan dönüştürülmüş eğlence merkezleri, güvenli konut yerleşimleri ve benzeridir.

Kahvehaneler, kamusal alanın minör kurumlarından birisi olarak ele alınmaktadır. Kahvehanelerde öncelikli amaç kahve içmek gibi görünse de asıl amaç sohbet etme, iyi vakit geçirme anlayışının öne çıkmasıdır. Sohbet, kahvehanelerin en önemli işlevidir. Gerçekten de kahvehaneler, her tür haberin yayıldığı, dedikodunun yapıldığı, siyaset tartışılan bir mekân olagelmıştır.

Güncel olayların gündem edilmesi kadar toplumun kolektif belleğini oluşturan bilginin aktarımı da yine kahvehanelerde gerçekleşir. Kahvehanelerden önce meyhane, han veya hamamda gerçekleşen bu etkinlikler, kahvehanelerin oluşturduğu doğal iletişim ağına eklenilerek bu düğümü daha da güçlendirir.[7]

Önce şairlerin, yazarların ve zamanın entelektüellerinin buluştukları, memleket meselelerini konuştukları, tartıştıkları yerler olan kahveler, dönem dönem yasaklansa da giderek sosyal hayatın ayrılmaz bir parçası olarak toplumdaki yerlerini alırlar. Mahalle kahveleri, esnaf kahveleri, yeniçeri kahveleri, tulumbacı kahveleri, ayık kahveleri, semavi kahveleri, meddah kahveleri, esrarkeş kahveleri gibi türlü türlü kahveler açılır.[8]

Kahvehaneler ortaya çıktıkları dönemden itibaren çok çeşitli fonksiyonlar yerine getirmişlerdir. Enformel bir eğitim kurumu rolünü üstlenmesi, iletişim, eğlence, kültür-sanat faaliyetlerinin merkezi olması, sözlü kültür unsurlarının devam etmesini sağlayan bir mekân olan özelliği taşıması, bu zamanlarını değerlendirilme ve iş bulma mekânı olması gibi özellikler ilk akla gelen fonksiyonlardır.

Kahvehanelerin, yanı sıra getirici ve zihin açıcı yanı, iktidar ile kahvehaneyi hiçbir zaman birleştirmemiştir. Dinşel otoriteler ile siyasal iktidar, 16. yüzyılda Mekke'de başlamak üzere, 18. yüzyıl Osmanlı'sından 19. yüzyıl Fransa'sına, 20. yüzyılda Almanya'dan, St. Domingo'ya kadar pek çok yerde kahvehaneler dönemin dönem kapatmıştır. Siyasal dinamikleri tetikleme potansiyeli olması nedeniyle, kahvehane birçok keire iktidarla karşı karşıya gelmiştir.[9]

2.Kahvehanenin Mekansal Özellikleri

Kahvehanelerin mekansal özelliklerini belirleyen en önemli etken içinde bulundukları binaların fiziksel yapısıdır. Geçmişte kahvehanelerin üç tip mekân olarak ortaya çıktığı söz edilmektedir: Kahve ocağı, kahve dükkanı, geleneksel kahvehane.

Kahve ocağı çarşıda iş yapanlara kolaylık sağlamak için çoğunlukla bir alışveriş alanında yer alan "ayakküstü satışı" yapılan dükkanlardır.[10] Bir odacık biçiminde olan bu mekânlar günümüzdeki çay ocakları ile eşdeğerdedir diyebiliriz.

Kahve ocağıyla aynı özellikleri taşıyan kahve dükkanları da müşterilerin oturup kahve içebildikleri bir yer de bulunurdu. Bu oturma yerleri genellikle tezgaha dayanan yüksek bir sedirden (mastaba) ya da dükkanın dar mekânı içindeki birkaç peykeden oluşurdu.[11]

Geleneksel kahvehaneler büyüklüklerine göre kategorize edilmekteydi. Genelde büyük kahvehaneler İstanbul'un en önemli ve mekansal olarak daha çok öne çıkan anlaşımları olan yerlerinde bulunmaktaydı. Kahve ocağı ve kahve dükkanı olarak nitelendirilen küçük kahvehaneler ise mahallelerde bulunurdu. Bunlar genellikle camilerin yanında yer alırdı.

Geleneksel kahvehaneler genel olarak "orta meydanı" olarak adlandırılan bir avludan oluşmaktadır. Bu mekânın üç ya da dört tarafı, bir metreye yakın oturma yerleriyle çevrelenmiştir. Bir kısmında ise ayakta-bilâhır çıkardığı "bınduralık" bulunmaktadır. Oturulan mekân yerden 20-30 cm. yüksektir. Orta yerde şadırvan ya da benzeri bir havuz bulunmaktadır. Kahve ocağının hemen karşısında, 20-25 kişinin sığabileceği büyüklükte "kerevetli baş sedir" bulunmaktadır. Buraya daha çok nüfuzlu kişiler otururlar. Tiryakiler ise, baş sedirin yanında, önünde post bulunan yerde oturmaktadırlar. Kahvenin en hakim yerinde ocak bulunmaktadır. Burada çeşitli tafflar bulunur.[12] (Resim 1).



Resim 1: Depiction of a coffeehouse on the hills of Tophane

Kaynak: Antoine Melling, Voyage pittoresque de Constantinople et des rives du Bosphore, (İstanbul: Doğan Kadir Matbaacılık Sanayi, 1909).

İç mekân dış mekân ayrımının mimariyle açıldığı kilitlenebilir pencere kanatları, duvarlarda büyük açıklıklar, dışarıya taşan çatıların altında peykelerin bulunduğu sütunlu revaklar, birden fazla yöne bakan ahşap kameryeler her yerde geçerli bir standart gelişmiştir. İşletmecinin kesesine göre, şaralar, paravanlar, margile sehpa, meşalelik ve mumluklar, müzisyenler platformu, aynalar ya da fışkıyeler yer alır. Başlı bir kahve dükkanında çıplak taşların üzerine atılmış kötü bir kelimnin üzerinde oturulur.[13]

3.Modernleşme Sürecindeki Kahvehaneler-Cafe'ler

Türkiye'de yaşanan sosyal ve kültürel değişimin etkilerinin görüldüğü mekanlardan biri cafe'lerdir. Cafe'ler özellikle 1980'li yıllarla birlikte artan şehirleşme, liberalleşme ve değişen sosyal yapının etkisiyle artmıştır.

Cafe sözcüğü 19. yüzyılda Fransa'da yaygınlık kazanmıştır. Günümüzde cafe kavramı modern iletişimin ve iletişim topluluklarının simgesi haline gelmiştir. Artık cafe kavramı buluşma, eğlenme, bilgi alışveriş mekanı olarak anılmaktadır. Kahvehaneler birbirinden farklı birçok ana kola ayrılmıştır.

Fransa'da 1800'den sonra restoranların ortaya çıkması ile kahvehanelerle lokantaların karşını olan mekanlar ortaya çıkmıştır. Kahvehanelerin ayrılmaz bir parçası olan bu mekanlar otelcilüğün yaygınlaşması ile farklı kültürel ve mekansal kahvehane kavramlarını doğurmuştur. İlk başlarda Avrupadaki kahvehaneler iç mimari özellikleri açısından ve konum olarak hem ortaçağ meyhanelerine benzer hem de doğu etkisine sahip mekanlardır.

19 yüzyılın ikinci yarısında kahvehanelerin iç mimarisini etkileyen en önemli unsurlardan biri Thonet sandalyesi olmuştur. Kahve içen tüm uluslarda Thonet sandalyesi mekansal açıdan kamusal bir tasarım haline gelmiştir [14]. Anşabı ilk kez bükerek kullanan Michael Thonet rahat, taşınması kolay ve estetik sandalye tasarımıyla kahvehane mekanlarının gelişiminde önemli rol oynamıştır (Resim 2). Günümüzde Avrupada birçok cafe'de bu sandalyelere rastlamak mümkündür. Ayrıca 19 yüzyılda 'cafe'ler buluşma mekanları olmaya başlamış ve aristokratik göstergesi olan aynalarla donatılmışlardır.



Resim 2: 19.yüzyıl bir halk kahvehanesinde Thonet Sandalye

Kaynak: A.S.Üniver. Türkiye'de Kahve ve Kahvehaneler, Türk Etnografya Dergisi 5-5, 195, 1962

Modernleşme sürecinde ise kahvehaneler batinin etkisiyle fiziksel ve psikolojik konforun ön planda tutulduğu mekanlar haline gelmiştir. Artık kahvehanelerden 'cafe'lere dönüşüm başlamıştır. Bu süreçte kişilerin uzun süre ve sıkılmadan zaman geçirebilecekleri hem görsel hem de teknolojik açıdan donanımlı mekanlar olmuştur. Temel bir plan düzeni olmamasına karşın 'cafe'ler geleneksel kahvehane, kahve ocağı ve kahve dükkanlarının mekansal özelliklerini barındırmaktadırlar.

Cafe'ler toplumsal yaşamının özgünlükleri doğrultusunda "dekor" unu oluşturan sahne gibi biçimlenmektedir.[15] Mekansal açıdan en önemli özellikleri zincir cafe'lerin dünyanın neresine giderseniz gidin aynı iç mekan özelliklerine sahip olmasıdır. Bu cafe'lerde genelde bir satış bankosu, satış bankosunun hemen arkasında kahvelerin ve diğer içecek-yiyeceklerin hazırlandığı bir tezgah bulunmaktadır. Oturma

düzeni uzun süreli vakit geçirecekler için çok konforlu, ev gibi mekan hissi veren koltuk, masa ve sandalye düzenindedir. Ayrıca bu mekanlarda kısa süreli zaman geçirecekler için ise bar düzeninde köşeler bulunmaktadır.

Sonuç

Ülkemizde Cumhuriyet dönemi ile başlayan çağdaşlaşma sürecinin ulusal kimlik anlayışı ve arayışının sona ermesine neden olan babilleşme süreci ile devam etmesi sosyal ve kültürel değişimin en önemli etkeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde ise üretim, ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler söz konusudur. Toplulukların ekonomik, sosyal ve kültürel yaşamlarını biçimlendirmeye yönelik gelişen küreselleşme süreci mekanlarımızı ve mimarimizi, dolayısıyla da kentlerimizin kimliklerini de etkilemektedir. Bu nedenle farklı kültürlerin kullanımına göre tasarlanan ve biçimlenen zaman-mekan kavramlarının bilinen yapısında ve anlamında da bir çok değişiklik gerçekleşmiştir.

Kahvehane tüm mekan ve zaman farklılıklarına karşı başlangıçtaki özelliğini daima korumuş ya da bu duruma göre bu özelliği hep yeni baştan ortaya çıkarmıştır. Farklı açıdan çokça değişmesine rağmen, fonksiyonları pek değişmemiştir. Günümüzde her yerde bulunan ve cafe diye tanımlanan kahvehanelerin çok çeşitli türleri, ulusal özellikleri ve işlevsel özellikleri bulunmaktadır. Geçmişten günümüze yeme, içme, eğlence ve eğitimden oluşan bir karşımı sunan bu mekanlar sosyal ve kültürel döngünün içerisinde mekansal açıdan değişmeye ve gelişmeye devam edecektir. Cafelerin sosyal ve kültürel açıdan yeni kimliklerin ve imajların oluşmasında ve buna bağlı olarak mekansal uygulamaların gerçekleşmesinde öncü rol oynayacağı öngörülmektedir.

Kaynaklar

1. M.C.Yıldız, Kahvehane Kültürü, Beyan Yayınları, 22, 2007
2. İlhan, Kahve ve Kahvehane, Dost Yayınları, 12, 2001
3. M.C.Yıldız, Kahvehane Kültürü, Beyan Yayınları, 34, 2007
4. M.C.Yıldız, Kahvehane Kültürü, Beyan Yayınları, 353'den A Sarıçel, Kahvenin İstanbul'a Girişi (16. ve 17. Yüzyıllar), Yapı Kredi Yayınları, 1999
5. A. Ulu ve I. Karakoc, Kentin Değişimin Kimi Kimliğine Etkisi, <http://webcache.googleusercontent.com>, 60
6. M.C. Şener, Türkiye'de Gençlerin Tüketimsel Kimliği ve Popüler Tüketim Kültürü, Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 25/S.2, 159, 2005
7. http://www.kahveciler.com.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=96&Itemid=2 (Erişim tarihi: 21.04.2010)
8. <http://www.kahvecilerfederasyonu.com/kahvehanelerimiz.htm#bcs-34.html> (Erişim Tarihi: 19.Nisan.2010)
9. a.g.e. (Erişim tarihi: 21.04.2010)
10. B. S. Toprak, Kahve ve Kahvehaneler Bir Toplumsal İçecek Yalandoçuldukları Kökenleri, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 70, 1985
11. a.g.e., 71
12. M.C.Yıldız, Kahvehane Kültürü, Beyan Yayınları, 47, 2007
13. D. Hakkı, Kahve ve Kahvehane, Dost Yayınları, 25, 2001
14. a.g.e., 126
15. http://www.kahveciler.com.tr/index.php?option=com_content&task=view&id=96&Itemid=3 (Erişim tarihi: 21.04.2010)

IMPACTS OF SOCIAL AND CULTURAL CHANGES ON THE INTERIOR DESIGN: ISTANBUL'S COFFEE HOUSES & CAFÉS

BANU APAYDIN BAŞA

Dokuz Eylül University
Faculty of Fine Arts
Department of Interior Design
İSTANBUL

bamurbosa@okan.edu.tr

Key Words: Interior Design, Coffee Culture, Turkish Coffee House, "Café"

Abstract

Coffee as a symbol of hospitality is a well established tradition in the daily and social life in Turkey. The first places to enable Turks to socialize who spend their lives in certain places were coffeehouses. Using coffee as an excuse, people started communicating in coffeehouses, in traditional societies, culture and knowledge come into being through pleasant chatting. Coffeehouses for Turks were one of these places that made "culture production" possible. Until the 20th century, the coffee houses in terms of their "function" were considered as "individual and social" places. Beginning from the 20th century, however, they became places where new thoughts arose, artists, scientists, writers and journalists came together and interacted shaping the community in a positive way. In 21st century, however, Turkish living style and the coffee houses could not escape the impact of the rapid cultural, social and technological developments in western countries. These places have now been alienated and the coffee houses of the past have been substituted with "cafés".

In this context, one can encounter in the city of Istanbul, the crossing point of east and west, a great number of old and new coffee houses and cafés. In this speech, the impacts of social and cultural changes on the interior design were examined focusing on coffee houses and cafés in Istanbul.

Introduction

Today as in times past, social and cultural changes in the society lead to a search for new things. This results in new shapes and arrangements in interior structures. The change driven by the social and cultural knowledge of human beings caused many changes in the known structure and the meaning of the concepts of time and place. Therefore, in social and cultural terms, the coffee culture, which developed from east to west between spaces, turned from coffee houses to "cafés" and suggested new spatial plots, where in different functions have also been added into the spatial inter-transition.

1. The History of Coffee Houses

"Kahvehane", the Turkish word for coffee house, is the combination of Arabic word "kahve", meaning coffee,

and the Persian "hone", meaning house. Although it is emphasized in many resources that the word "kahve" is related with the resemblance of the word "kava" that means wine and "Kaffa" the capital city of Ethiopia, Yıldız [1] indicates that in certain old books, "kahve" means "bade" which is "liquor", or even "wine".

It has been proven that coffee is a miraculous stimulant due to its pleasing properties, but unlike the distilled liquors which make drunk, it accelerates the processes of thinking, increases the abilities of making connotations and connections and giving reactions, it reflects the liveliness of mind to gestures, enables living a denser situation of being awake and can increase the time of staying awake. The reason why the seed which contains caffeine escorted to first the Islamic world beginning from the mid-15th century, and then to all ups and downs of the flourished bourgeois society's economic, social and political development is these physiological factors. This seed, which is the "last cultural gift" of the East to the West after the art of architecture, mathematics, medicine, spices and gun powder, is the second largest item of the global trade after oil. [2]

1.1. The Development Process of Coffee Houses

The beginning date of coffee houses is shown as the year 1511. It is claimed that the first coffee house was opened next to a mosque in Mecca.

Accordingly, it is possible to say that mosques created the beginning milieu for the spread of coffee houses [3]. The first two coffee houses in Istanbul were opened in 1555 in Tahtakale; one by Hakim who came from Aleppo, and the other one by Sems, who came from Damascus. At that time, Tahtakale was the center of international and local trade in Istanbul. Coffee trade, which yields good profit, caused to opening many coffee houses one after the other in many parts of the city during those years. In that period, the extreme interest in coffee houses disturbed imams, hodjas and government authorities, and these places, and although these places were prohibited during the reign of Murat III claiming that they were provoking the public, the coffee consumption and widespread of illegal coffee houses could not be prevented. After 1830, decision was taken to keep coffee houses under control all the time.

Many travelers in Europe define the coffee houses in the Ottomans as the taverns without wine. Many historiographers see an important connection between the coffee houses which began to be widespread from the second half of the 16th century, and the prohibition of taverns and wine which also coincides on the same dates. [4]

The introduction of coffee houses to Europe was due to the Ottoman, Venetian and Marseillais merchants. The first coffee house in Europe was opened in Venice in 1615. In France, coffee was discovered by virtue of Turkish ambassador Julayman Aga. In 1683, the first real coffee house of Paris was opened with the name Café de Procope. After a few years, another Turkish ambassador Mehmet Aga makes it accepted in Vienna. And from there, it spreads in entire Europe. Coffee consumption, which was new for Europe, caused to the birth of new places. These places, which were named as "Café" became widespread in a short time and turn into the places where the most feverish political discussions are held. Even they are described as the places that set the ground for the French Revolution.

1.2. Social and Cultural Impacts of Coffee Houses

The rapid social and cultural change that our country has been passing through for the last two hundred years and the addition of spatial change in the last century have caused to massive transformations in the

social structure. This transformation, which began under the name Westernization, changed as becoming contemporary together with the foundation of the Republic. The developments currently experienced in the transportation and communication technology have started the process defined as globalization. The globalization process, which rapidly increased its effect in the world, its impact on shaping the economic, social and cultural lives of the societies has also influenced our spaces and architecture, and therefore the identities of our cities.

In our country, especially the Ottoman period, which exceeds the last eight hundred years in addition to the mutual interaction of different and rich cultures created by the civilized life on the Anatolian peninsula with a history of nearly 5 thousand years create the identity infrastructure of our cities in Turkey. Throughout the history, the urban and spatial formation of our country included the practices which integrated with the social life, brought smart and creative solutions to the restricted means of the society, but which had a slow course of transformation in terms of life styles and benefiting from technology, and which were not deeply established. Especially in addition to the collapse of the Ottoman Empire in the beginning of the 20th century as it failed to keep pace with the production mechanisms of the time, also because of not experiencing the industrial revolution, the Turkish society could not realize the cultural enlightenment, either. The contemporary identity approach outlined by Atatürk for the society from that period onwards, was adopted as a lifestyle by the society between the years 1923 and 1945. However, following the World War Two, with the beginning of the period when the city and any kind of object related with the city was plundered, our understanding and search for national identity also ended. This process, which dominates the cities, is still on going at present [5].

The most important factor under this process, which influences our society in economic, political, social and cultural fields and causes to comprehensive structural changes is now technology.

The realization of the urban production style in parallel to the population increase as based on the division of labor as a result of the industrialization process caused to an increase in the diversity of consumer goods, and the rapid distribution, spread and mass production of these products, which were produced in accordance with the technological development rendered people to need these products. And it became possible together with the imposition of a hope that people would obtain a life with higher standards if they accommodated with the new social conditions. In this consumption ideology, which was created slowly, reducing the lifetime of commodities is now realized by means of fashion,[6] The best examples in this regard are shopping centers, cafés, entertainment centers converted from public areas, housing estates with securities, and so on.

Coffee houses are considered as one of the minor institutions of the public area. Although the preliminary purpose at the coffee houses seems drinking coffee, the actual purpose is chatting and spending time. Chatting is the most important function of the coffee house. Indeed, coffee houses have been the spaces where any news is spread, gossips are made and politics is discussed.

As much as making the current events the subject of the agenda, the transfer of the knowledge which creates the collective memory of the society is also realized at the coffee house. These activities, which were realized at taverns, caravanserais and baths before the coffee houses, are added into the natural communication network created by the coffee house and they further strengthen this node.[7] Coffee houses, which were initially the places where poets, authors and the intelligentsia of the time met and discussed the national issues, gradually took their places in the society as an integrated part of the social life despite being prohibited from time to time. Various coffee houses were opened such as quarter coffee houses, tradesmen's coffee houses,

janissary coffee houses, firemen's coffee houses, poets' coffee houses, dervish coffee houses, storyteller coffee houses, and pot smoker coffee houses [8]

Coffee houses have realized many various functions since the first time they emerged. Undertaking the role of an informative training institution, being the center of communication, entertainment, culture & art activities, possessing the characteristics of being a place that enables maintaining oral cultural elements, and being a place to spend spare time and find a job are among the functions of the coffee house that are first remembered.

The collective and enlightening aspect of the coffee house always caused to a controversy between the government and the coffee house. Religious authorities and the political rule shut down coffee houses at many places at times, beginning from Mecca in the 16th century, to the Ottomans in the 18th century, France in the 19th century and Germany and St. Domingo in the 20th century. As it had the potential of triggering political dynamics, the coffee house has many times come across the government.[9]

2.Spatial Characteristics of Coffee Houses

The most important factor that determines the spatial characteristics of coffee houses is the physical structure of the buildings in which they are located. It is said that the coffee houses in history arose from three types of spaces: Coffee kiosk, coffee shop, and the traditional coffee house.

Coffee kiosk, is usually a "shop and go" kiosk mostly in the shopping areas in order to facilitate the activities of those working at the market place.[10] We can say that these shops, in the form of a cubicle, are identical to the current coffee kiosks.

The coffee shops, which bear the same properties with the coffee kiosks, additionally had some seats for the customers to sit and drink their coffees. These seats generally consisted of a high sofa (mastaba) adjacent to the bench or some benches (peyke) in the narrow shop space.[11]

The traditional coffee houses were categorized according to their sizes. In general, big coffee houses were located at the most important places that came forth with higher spatial variations in Istanbul. Small coffee houses, which were defined as coffee kiosk or coffee shop were mostly found in the sub-streets of quarters. They were generally located next to mosques.

Traditional coffee houses generally include a yard, which is called "ortameydani" (the central yard). Three or four sides of this place are surrounded by seating benches which are nearly one meter high. And a section of the coffee house is spared as "kunderalik" where the shoes are taken off. The place of seating is 20-30 cm higher than the ground. In the middle, there is a "padıvan" or a similar fountain. "Herem-i bas sedir" (main sofa with a rostrum) where 20 to 25 people can sit is located immediately opposite to the coffee kitchen. Mostly influential people would sit there. Meanwhile, the addicts (tıryaklılar) would sit on the place covered with an animal skin next to the main sofa. The coffee kitchen is located at the place from where the entire coffee house can be controlled. This kitchen contains various shelves.[12] (Figure 1)

A valid standard was developed everywhere to overcome the separation of indoors from outdoors (with lockable window sashes, big clearances on walls, porches with columns with benches under the roofs that project outwards, and one or more wooden pergolas which face multiple directions). According to the budget of the entrepreneur, there are also folding screens, hookah tables, torch and candle holders, musician platform, mirrors or water jets. In a simple coffee shop, people sit on a bad rug (thrown on the bare stones).[13]



Figure 1: Depiction of a coffeehouse on the hills of Topkapı

Source: Anoline Meiling, *Voyage pittoresque de Constantinople et des rives du Bosphore*, Istanbul: Doğan Kardeş Matbaacılık Sanayi, 1966

3. Coffee Houses – Cafés During the Modernization Period

One of the places where the effects of the social and cultural changes in Turkey have been seen is cafés. Cafés increased as a result of urbanization, liberalization and changing social structure especially together with 1980s.

The word "café" gained popularity in France in the 19th century. At present, the concept "café" has become the symbol of modern communication and the communication societies. Now, the concept "café" is perceived as the place of meeting, entertaining, and exchanging information. Coffee houses have been spread into many different branches.

Together with the emergence of restaurants in France after 1800, the places which mix coffee houses with restaurants also emerged. These places, which cannot be considered as irrelevant to coffee houses, arose different cultural and spatial coffee house concepts together with the expansion of hotel management. At the beginning, the coffee houses in Europe were both resembling to the taverns of the middle age and had the influences of the east in terms of their interior design and location characteristics.

One of the most important elements that affected the interior design of the coffee houses in the second half of the 19th century became the Thonet chair. Thonet chair turned into a public design from the spatial point of all nations which drink coffee. [14] Michael Thonet, who used the wood by twisting for the first time, played an important role in the development of coffee house spaces by designing an easy to make and aesthetic chair (Figure 2). At present, it is possible to see these chairs at many cafés in Europe. Besides, the "cafés" in the 19th century began to be the places of bourgeois, and they were furnished with mirrors, which were the symbols of aristocratic show off.

Meanwhile, in the modernization period, the coffee houses turned into the places where the physical and psychological comfort was primarily considered together with the influence of the west. And then conversion from coffee houses to "cafés" began. During that period, the spaces where people can spend long time without getting bored, which are both visually and technologically equipped, have been created. Although there is not a common fundamental plot design, "cafés" include the spatial characteristics of the traditional coffee houses, coffee kiosks and coffee shops.



Figure 2: Throne Chair in a public coffee house in the 19th century.

Source: A.Ü. Unvan, Türkiye'de Kahve ve Kahvehaneler, Türk Etnografya Dergisi 5/5: 105, 1962

Cafés are shaped like a stage which creates the "decor" of the social life in accordance with its peculiarities. [15] From the spatial point, their most important characteristic is that the chain cafés have the same interior design properties regardless of the part of the world you are in. These coffees general contain a shopping counter, and a bench just behind the shopping counter to prepare the coffees and other drinks and food. The seating order includes homelike armchairs, tables and chairs for the individuals who are to spend long time. In addition, these places include bar-like corners for those who are to spend short time.

Conclusion

The westernization process that terminated the understanding and search for national identity after the process of contemporization, which began with the foundation of Republic in our country, appears as the most important cause of social and cultural change. At present, certain developments have been experienced in the production, transportation and communication technology. The developing globalization process, which acts towards shaping the economic, social and cultural lives of societies, has also influenced our spaces and architecture, and therefore the identities of our cities. Therefore, many changes have also occurred in the known structure and meaning of time & space concepts which are designed and shaped according to the uses of different cultures.

Coffee house has always maintained its initial characteristic despite all space and time differences, or its mentioned characteristic has always re-emerged according to the situation. Although coffee houses have changed a lot in physical terms, their functions rather have not changed. The coffee houses, which are found in every city and called *café* at present, have many various types, national characteristics and functional attributes. These spaces, which blend eating, drinking, entertainment and education from past to the present will spatially continue changing and evolving within the social and cultural cycle. It is foreseen that *café*s will play a lead role in the formation of new social and cultural identities and images, and in the formation of new spatial practices accordingly.

Sources

1. M.C. Yildiz, Kahvehane Kültürü, Beyan Publishing Firm, 22, 2007
2. G. Herte, Kahve ve Kahvehane, Dost Publishing Paris, 11, 2007



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ