

TÜRK TOPLUM HAYATINDA YAŞATILAN KAHVE VE KAHVEHANE KÜLTÜRÜ

(BİR SÖZLÜ KÜLTÜR VE SOSYAL ÇEVRE EĞİTİMİ ÇALIŞMASI)

**Coffee and Coffeehouse Culture in Turkish Society
(A Verbal Culture and Social Environmental Education Study)**

Yrd. Doç. Dr. Kadir ULUSOY*

Öz

Toplum hayatında insanların yiyecek, içecek kültürleri oldukça önemli bir yere sahiptir. Türk toplumu hayatında da kahve ve kahvehane kültürünün önemli bir yeri vardır. Tarihi süreç içinde sosyal çevre eğitimi sürecini etkileyen bir mekân olmuş kahvehaneler ve bu mekânın baş içeceği olmuş kahve kültürünün sözlü kültürümüz sayesinde bugünlere kadar gelmesi önemlidir. Bu çalışmada, kahve ve kahvehanelerle ilgili bilgi toplama esnasında deneme modelleri içinde yer alan “alan uygulaması” çalışması yapılmıştır. Kahvehaneler hakkında bilgi edinmek için anket tekniği kullanılmıştır. Kahve içme kültürü ile ilgili olan bölümde ise nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada rastgele (random) yöntemle örneklem seçilmiş kişilerle, gönüllülük esasına göre görüşme yapılmıştır. Görüşme sonucunda elde edilen verilerde, doküman analiziyle bir odakta yoğunlaşan öğrenci görüşleri, eğilim belirleme durumu analizi tekniği uygulanarak yüzdeleri alınıp frekans tablolarına aktarılarak analiz edilmiştir. Bir birine yakın olan ifadeler ortak kategoride değerlendirilmiştir. Anket çalışmasından elde edilen veriler ise frekans ve yüzdelerle dağılımları alınarak değerlendirilmiştir. Bu çalışmada, yabancı kahve ve içecek çeşitlerine göre neredeyse yok denecek kadar az tanıtımı yapılmasına rağmen, Türk kahvesi kültürünün yaşanmakta olduğunu görmek mutluluk verici bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca kahvehanelerde güncel, sosyo-ekonomik ve kültürel konular gibi alanlarda sohbetler, etkinlikler ve faaliyetler yapıyor olmasının önemli bir durum olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler

Türk kahvesi, kahvehane kültürü, sözlü kültür, sosyal çevre eğitimi.

ABSTRACT

Community life of people in food, drink culture has a very important place. Turkish community in the life of the coffee and coffeehouse culture has an important place. Born in the process of social environment that affect the process of education has a place to drink coffee and this place was the beginning of the coffee culture through oral culture until today to come is important. A field application and questionnaire technique were made to collect data about coffee and coffeehouses among the trial models. In the coffee drinking section, semi-structured interview technique was used among the qualitative research methods. The people of the sample group were chosen at random and were interviewed voluntarily. The percentages of the data obtained from the students' opinions by the document analysis were given in frequency tables. Similar expressions were evaluated in common categories. The data obtained from questionnaires were evaluated by frequency and percentage distributions. In this study, it is reached that although there are not sufficient advertisements and introductions compared to foreign coffee brands; it is a happy end to see that Turkish coffee culture still lives. Moreover, the activities carried out in cultural and daily issues seem as vital situations.

Key Words

Turkish coffee, coffeehouse culture, verbal culture, social environmental education.

Giriş

Her millet, kendi değerlerini, kendini var eden ve ayakta tutan unsurlarını bilmek ve korumak zorundadır. Bu unsurlar arasında; gelenek, görenekler ve âdetler, gibi kültürel faktörler, önemli yer tutar. Bu alanlarda sosyologlar, ant-

ropologlar, edebiyatçılar kadar; tarihçiler ve eğitimciler de çalışmalar yaparak, toplumun temel taşlarını, daha iyi tanıtır, gelecek kuşaklara yön göstermelidir. Bu sayede kültürü tehdit altına alan kültür emperyalizminin, kültür üzerinde olumsuz değişikliklere neden olması da önenebilir.

* Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi, ulusoykadir@gmail.com

Karamısır'ın (1995:41) da belirttiği gibi hayatın değişik dönemlerine geçişteki gelenekler, halk mimarisi, giyim kuşam, el sanatları, Türk mutfağı gibi unsurlar Türk kültürünü oluşturur. Bunların hepsi toplumun müşterek malıdır.

Özellikle soyut ve yıllardır gelekselleşmiş olan kültürel varlıkların yeni nesillere aktarılması, önemlidir. Bu bakımdan somut olmayan kültürel miras ile ilgili çalışmalar yapmak önem kazanmaktadır. Somut olmayan kültür, Oğuz'un (2009:8)'da belirttiği gibi "Bir toplumun kendi kültürel kimliğinin bir parçası olarak gördüğü ve kuşaktan kuşağa aktarmak suretiyle günümüze kadar getirdiği somut olmayan kültürel miraslarını korumasına ve gelecek kuşaklara aktarmasına katkı sağlayacak yol, yöntem ve imkânları tanımlamaktadır."

Somut olmayan kültürel miras içinde tarihsel unsurlarda vardır. İlk insandan bugüne toplum hayatında meydana gelen değişiklikler, tarih sayesinde özellikle sözlü tarih sayesinde günümüze kadar gelebilmektedir. Sözlü tarihten yararlanılırken, tarihçiye yardımcı olan ve malzeme sunan farklı bir disiplinden de yararlanılabilir. Örneğin destanlar, masallar, halk hikâyeleri, menkıbeler, mesneviler bu disiplinler içerisinde gösterilebilir.

Thompson'ın (1999:204) da belirttiği gibi "Sözlü tarih, tarihin kabul edilmiş mitlerini ve baskın yargılarını yeniden değerlendirme, tarihin toplumsal anlamını kökten dönüştürme aracıdır. İnsanlara tarihlerini kendi sözleriyle geri verir. Onlara geçmişi verirken geleceği kurmak için de yol gösterir"

Bu ve benzeri yeni tarih yaklaşımları, 2005 sosyal bilgiler programı içinde sözlü tarih, yerel tarih ve kültürel mirasa yönelik kazanımların ve işleyişleri kapsayacak şekilde yer almıştır.

Yapılandırmacı yaklaşıma göre hazırlanan Sosyal Bilgiler programının kültüre verilen önem göze çarpmaktadır. Programın vizyonunda;

"21. yüzyılın çağdaş, Atatürk ilkeleri ve inkılablarını benimsemiş, Türk tarihini ve kültürünü kavramış, yaşadığı çevreye duyarlı, bilgiyi deneyimlerine göre yorumlayıp sosyal ve kültürel bağlam içinde oluşturan, kullanan ve düzenleyen (eleştirel düşünen, yaratıcı, doğru karar veren)... Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarını yetiştirmek (MEB, 2005: 50) hedefi belirtilmiştir.

MEB (2005; 51) Sosyal Bilgiler Programı "Öğrencilerin kendi örfleri çerçevesinde ruhsal, ahlâkî, sosyal ve kültürel yönlerden gelişmesini hedeflediği" açıklamıştır.

Ayrıca program; öğrencilerin, Türk kültürünü oluşturan temel öğeleri tanıyıp benimseyerek, ulusal bilincin oluşmasını sağlayan kültürün, korunması ve geliştirilmesi gerektiğini kabul eder. İlköğretim öğrencilerinin, kültürel ve estetik değerleri algılayarak; kültürle ilgili olarak geçmişle bugünü karşılaştırmalarını ister. Öğrencilerin, Türk kültürünün yazılı ve sözlü edebiyat ürünlerini incelemeleri de beklenir.

Sosyal bilgiler ve tarih derslerinde Türk kültürü ile ilgili ele alınabilecek konulardan biriside kahve ve kahvehane kültürüdür. Ortaya çıktığı günden bu güne pişirildiği kap, kakak, sunulduğu fincanın şekli değişmiş olsa da; önemi "bir fincandan kırk yıl hatırı oluşturacak kadar" hiç değişmeyen kahve, tarihi süreç içinde kültürümüzde devam eden bir güzelliştir.

Türk Kültüründe Kahve

Konukseverlik simgesi "kahve"nin, gündelik hayata girmesi kolay olmadı. Kadılar kahvenin haram olup olmadığına; hekimler de uyuşturucu olup olmadığına;

ğına karar verebilmek için büyük tartışmalar yaptılar. Kahve bitkisinin ilk bulunduğu yer Afrika Kıtası'dır ve ilginçtir ki ilk kahve tiryakileri (http 1)'e göre *keçiler*, Hattox'a (1998) göre *koyunlar*dır. Kahve bitkisinin ilk kez 15. yüzyılda Arabistan'ın güneyinde yetiştirilmeye başlamasıyla, o bölgedeki halklarda kahve içme alışkanlığı oluşmuştur (Hattox, 1998). 1517 yılında Yemen Valisi Özdemir Paşa, lezzetine hayran kaldığı kahveyi İstanbul'a getirmiştir. Türkler tarafından bulunan yepyeni hazırlama metodu sayesinde kahve, cezvelerde pişirilerek, Türk Kahvesi adını almıştır.

"Kahve, kısa zamanda çok beğenilerek saray mutfağında yerini alıp, saraydan konaklara, ardından evlere giren kahve, İstanbul halkının kısa sürede tutkunu olduğu bir lezzet haline gelmiştir. Kahve ve içildiği mekân olan kahvehaneler, zaman içinde sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Böylece dünyada hiçbir içeceğin sahip olamadığı ölçüde bir kültür de doğmuştur (MEGEP, 2006:1). Kahve, 16. yüzyıldan itibaren edebi şahsiyetlerin, siyasi ve dini otoritenin dikkatlerini çekmesi, yasaklanması ve keyif verici özelliğinden dolayı, Osmanlı aydınının ilgi odağı olmuştur. Ayrıca, ahlaki bir olumsuzluğu bulunmayan kahve, alkolsüz ve uyuşturucu özellikleri olmayan bir içecek olarak Osmanlı toplumunun günlük hayatına hemen girmiş ve uzun yıllar kendine has gelenek ve göreneklerin oluşturulmasına, mimari özelliği olan kahvehane anlayışının oluşmasına ve edebi bir kamuoyunun oluşmasına neden olmuştur (Açıkgöz, 1999).

Kahve günlük hayatın bir parçası ve özellikle ikram edilme vasfıyla önceleri sosyal bir statü göstergesi olan kahve, diğer yandan eğlence, sohbet ve misafirlik gibi sosyal kurumların yeri

doldurulamaz içeceği olmuştur (Açıkgöz, 1999:170).

"Türk toplumu içinde sohbetlerin çeşnisi kahvedir. Bu durum sadece kıraathanelerde değil, tüm dost sohbetlerinde ve ilişkilerinde geçerlidir. Dolayısıyla çaysız ve kahvesiz sohbetler yarım kalmakta, dostluklar pekişmemektedir. Bu etkinin bir sonucu olarak da bir fincan kahvenin hatırına kırk yıl ömür biçilmiştir" (Yağbasan ve Ustakara, 2008: 234).

Üçü bir arada, Cappuccino, Espresso Kahve, Mocca Moka Kahve, gibi kahve çeşitlerinden ziyade Türkiye'de geleneksel hale gelmiş ve Türkiye'nin her yerinde bilinen "Türk Kahvesi" yıllardan beri kültürün bir parçası haline gelmiştir.

Toplumsal Bir Kurum Olan Kahvehaneler

Tarih boyunca insanların bir araya gelip, sevinçlerini, üzüntülerini paylaşabilecekleri ortam ve mekânlar her zaman olmuştur. Ortaylı (1983) geleneksel toplumlarda kamuoyunun olduğu çeşitli yerlerin olduğunu bunların başında da hamamlar, tekke ve kahvehaneler gibi yerlerin olduğunu belirtmiştir.

Aksel'e (1964)' göre; kahvehaneler toplumun tam merkezinde, köşe başlarında, yol üzerlerinde ve değişimin tam ortasındadırlar. Bu mekânlar bir muhabbet meydanı idiler. Buralarda mekteplerde, medreselerde öğrenilemeyecek bilgiler edinilebilirdi (Akt: Ediz, 2008:182).

Aydın insanların buluşma merkezleri konumunda olan kahvehaneler, edebi, siyasi ve sanat ile ilgili bazı oluşumların doğuşuna da zemin hazırlayan; toplumsal sorunların tartışıldığı ve iletişimsel etkinliğin doruğa ulaştığı kültür mekânları olarak da tanımlanmaktadır. Bu işlevselliğinden dolayı aralıklarla kapatılan veya gidilmesi yasaklanan bu mekânlar, önceleri kıraathaneler olarak

da isimlendirilmişlerdir. Kahvehaneler, Türk toplumunun kültürel hayatında önemli bir yere sahiptir. İnsanların bir araya gelerek sosyalleştikleri mekânlar olarak dikkat çekmektedir. Kahve, kendisine ek olarak çok tartışılan kültürel bir müesseseyi de Türk toplumuna kazandırmıştır (Açıkgöz, 1999). “Kahvenin Osmanlı ülkesine girmesinden itibaren, bu içeceğin içildiği mekânlar olarak, kahvehaneler ortaya çıkmıştır. Zaman içerisinde değişime uğrayarak, modernlik kavramından nasibini alan bu mekânlar, Osmanlı toplumunda ve Cumhuriyetin kuruluş döneminde, yaşanan sosyal ve siyasal değişimde, aktif rol oynayan ve toplumun nabzını tutmuştur. Kahvehaneler toplumsal değişim sürecinde eleştirilerin yapıldığı mekânlar olduğundan kültürel dönüşüm ve değişim süreçlerinin en önemli araçlarından birisi olmuşlardır. Osmanlı toplumunda kahvehanelerin öncülük ettiği etkileşim sürecinin başlaması, bir anlamda gelenekler içerisinde yaşayan, dar bir çerçeveye bütün hayat kurallarını, yaşam tarzını sığdıran insanlar için geleneklerin kırılma noktasından öte, sıradan insanın özgürleşmeye başladığı bir süreç olarak algılanabilir. İlk başlarda sohbetlerin konusu belirli geleneksel sınırlar içerisinde kalmış, zamanla kahvehaneler müdavimlerin özelliklerine göre, gündelik hayatı ve sosyal yaşamı derinden etkileyebilecek sohbetlerin, bilgi alışverişlerinin yapıldığı mekânlar olmuşlardır (Ediz, 2008:179-180).”

Kahvehaneler, eğitilmiş insanların birbirleriyle tartışmalar yapabilecekleri merkezlerdi. Kahvehanelerin bir diğer önemli özelliği, Osmanlı toplum yapısının siyasal iktidar için gerçek bir tehdit olabilmeleriydi (Öztürk, 2005). “Zamanla siyasî otoriteler tarafından eleştiriye bünyesinde barındıran fitne ve

fesat yuvaları olarak görülen kahvehaneler, özellikle ortaya çıktıkları ilk anlardan itibaren dini otoritelerin de tepkisini almıştır. Bu tepki, zaman zaman en üst düzeydeki dini otoritelerin fetvalarına da konu olacaktır. (Açıkgöz, 1999; Yaman, 1942; Akt: Ediz, 2008:181).

“Kahvehanelerin ilk çıkışları göz önüne getirilirse toplumun onu niçin benimsediği anlaşılabilir. Osmanlı ülkesinde ilk kahvehaneler camilerin yanında açılmış, sosyal işlevleri olan imaret kahveleridir. Namaz vakitleri arasındaki boşluğu insanlar kahvehanelerde doldurmuş, küçük kulübeler biçiminde olan bu yerlerde çay içip sohbet etmişlerdir. Bunların bir kısmı daha sonra kiraathane şekline dönüşmüş, buralarda akşamla yatsı arasında kitaplar okunmuştur. Daha sonraları “Semâî kahveleri” kurulmuştur. Bunların sahipleri sanatçı veya sanatçı ruhlu kişiler olduğundan buralarda edebiyatında yeri olmuştur. Bunların sahiplerinin bir kısmı da yeniçeri ağalarıydı; kahveleri kendi ocaklarını temsil etmekte ve yeniçerilerin toplanmasını sağlamaktaydı” (Aydoğan, 1997: 92).

Kahve içilen yer olarak ortaya çıkan kahvehaneler, Osmanlılarda âşıkların uğrak yerleri olmuş, buralarda edebiyat ve halk bilimi adına hizmetler verilmiştir. Zamanla kahvehane deyince, alafranga eğlence yerleri akla gelmiştir (Kaygılı, 2007).

Öztürk’e (2006) göre; 19. yüzyıldan itibaren kahvehaneler, dine aykırılık fikirlerinden kurtulmuş; ancak bu seferde ahlak problemiyle karşı karşıya kalmıştır. Her türlü içkinin ve afyonun içilebildiği, kavga ve dövüş mekânları olarak anımsanan kahvehaneler, dönemin siyasî otoriteleri ve aydınları tarafından yakından takip edilmeye başlanmıştır. Kahvehanelenin barındırdığı insan kitle-

si, Türk aydınlarının hayal ettiği ilerici, batıcı ve yenilikçi bir toplum oluşturabilme idealine bir engel teşkil edecek nitelikteydi. Namık Kemal ve Mehmet Akif gibi dönemin birçok ünlü fikir adamı yaptıkları yayınlarda kahvehaneleri kötülüyorlardı. Bu mekânların özellikle aile hayatının yozlaşmasına sebebiyet verdiğini belirtiyorlardı. 20. yüzyılın ilk çeyreğinde yazarlar şiir, hikâye, fıkra, inceleme, hatıra ve denemelerinde kahvehaneleri konu edinmişler ve olayların geçtiği mekan olarak kahvehaneleri göstermişlerdir (Açıkgöz, 1999).

“Mehmet Akif ‘meyhane ve kahvehaneleri’ aile ve toplum düşmanı olarak görmüştür. Akif, yararlı, iyi kurumlar olarak gördüğü okul ve camiden birçok şiirinde söz etmesine karşılık, onlar hakkında müstakil bir şiir yazmamıştır. Ama zararlı kurumların her ikisi için de müstakil birer şiir yazmıştır (Aydoğan 1997: 92). Kahvehaneler Osmanlı’da hep olumsuz işlerle anılmamaktaydı. Özellikle yurdumuzun işgal edildiği yıllarda birçok mahalle kahvehanesinde ülkenin durumunun tartışılıp, kötü gidişattan nasıl kurtulabileceği konusunda fikirlerin üretildiği mekân olma özelliğini de göstermiştir. Sağlam (2002); Öztürk (2006) kahvehanelerin, ağır mütareke şartlarına karşı örgütlenmelerin yapıldığı yerler arasında yer aldığını belirtmişlerdir.

Kurtuluş Savaşından sonra gerçekleştirilen inkılâpların halka inmesinde, halk arasında yayılmasında kahvehanelerin önemli bir rolü olmuştur. Öztürk’e (2004) göre, devlet eliyle yetiştirilen kahveciler sayesinde inkılâp standartlarını ve amaçlarını gerçekleştirebilecek kahvehaneler kurulması planlandı. Bu dönemde kahvehaneler önemli bir propaganda ve telkin vasıtası haline gelmişti.

“Gönül ne kahve ister ne kahvehane/

Gönül sohbet ister kahve bahane” diyen atalarımız, insanların sohbet etme ihtiyacına vurgu yapmıştır. Bu sohbet etme ihtiyacından doğan kahvehaneler, uzun yıllar sosyal hayatta yerini almıştır. Eskiden kahvehaneler, edep ve erkân öğrenilen, haberleşilen yerlerdi. Ancak son yıllarda kahvehanelerde eskinin izleri görülmemektedir. Eskinin fonksiyonunu içeren, geleneği, bir tarihi olan kahvehaneler yok denecek kadar azalmıştır. Kandil aydınlatmalarında sohbetlerin yapıldığı yıllardan sonra, radyo ilk yıllarında önce kahvehanelerde dinlenmeye başlandı. Daha sonraki yıllarda bu nezih mekânlarda mahalli müzik kayıtlarının bantları zevkle dinlenirdi. Günümüzde ise kahvehanelerde, televizyonda maç seyretmek için toplanan kalabalıklara rastlanmaktadır. Oyunun, televizyonun, gürültünün hâkim olduğu günümüzdeki kahvehaneler, eskisi gibi bir şehrin nabzını tutup kültürünü yaşatmamaktadır (http:2).

Amaç

Türk kültürüne ait birçok unsura başka ülkeler sahip çıkmaya çalışmaktadır. Bu nedenle Türk kahvesi kültürünün ve kahve kültürüne ait kültürel öğelerin daha iyi tanınması, yıllardan beri gelenek haline gelen kahve kültürünün toplumdaki yerinin ve öneminin görülmesi, ayrıca; eskiden toplumsal meselelerin konuşulduğu, entelektüel ve edebi kişiliklerin buluştukları kahvehanelerin, günümüzde hangi amaçlara hizmet ettiğinin saptanması için bu çalışma yapılmıştır.

Yöntem

Araştırmada, kahve ve kahvehanelerle ilgili bilgi toplama esnasında deneme modellerinden alan taraması çalışması yapılmıştır (Karasar, 2009). Kahvehaneler hakkında bilgi edinmenin

en iyi ve geçerli yolu, bu mekânları araştırma kapsamına almaktır. Bu mekân hakkında bilgi edinmek için anket uygulanmıştır.

Araştırmada kahve içme ile ilgili olan bölümde; nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği içinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır (Karasar, 2009).

Verilerin Toplanması

Bu araştırmada rastgele (random) yöntemle örneklem seçilmiş kişilerle, gönüllülük esasına göre görüşme yapılmıştır. Kahve ile ilgili veriler, 2009 Ekim, Kasım ve Aralık ayları içerisinde 150 kişi ile yapılan görüşme sonucunda toplanmıştır. Gerçekleştirilen görüşmeler için, önceden hazırlanmış yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak, katılımcıların Türk kahvesi kültürü ile ilgili görüşleri alınmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunun iç geçerliğini sağlamak için görüşme formu 3 uzmana verilmiş ve incelenmesi sağlanarak forma son şekli verilmiştir. Üç kahveci ile pilot uygulama yapıldıktan sonra, soruların açık ve anlaşılır olup olmadığını; verilen yanıtların, sorulan soruların yanıtlarını yansıtıp yansıtmadığının belirlenmesi amacıyla incelenmiştir. Ayrıca iki uzmandan, sorulan soruların açık ve anlaşılır olup olmadığını, ele alınan konuyu kapsayıp kapsamadığını ve gerekli olan bilgileri sağlama olasılığını da düşünerek, kontrol etmesi istenmiştir. Daha sonra soru maddelerinin geçerliği saptanmıştır. Nitel araştırmalarda iç geçerlik, araştırmacının ölçmek istediği veriyi, kullandığı araç veya yöntemle gerçekten ölçüp ölçemeyeceğine ilişkindir (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu aşamalardan sonra görüşme formunun son şekli verilmiş, veri toplama sürecine geçilmiştir. Kahvehaneler ile ilgili anket hazırlanması esnasında,

Yağbasan ve Ustakara'nın (2008) çalışmasında kullandıkları sorulardan ve uzman görüşlerinden faydalanılmıştır. 16 sorudan oluşan anket Adıyaman ve Mersin illerinde 313 kişiye uygulanmıştır.

Verilerin Analizi

Görüşme sonucunda elde edilen verilerde, doküman analiziyle bir odakta yoğunlaşan öğrenci görüşleri, eğilim belirlemede durum analizi tekniği uygulanarak yüzdelikleri alınıp frekans tablolarına aktarılarak analiz edilmiştir. Bir birine yakın olan ifadeler ortak kategoride değerlendirilmiştir. Anket çalışmasından elde edilen veriler ise frekans ve yüzdelik dağılımları alınarak değerlendirilmiştir.

Bulgular

A. Kahve Kültürü İle İlgili Elde Edilen Bulgular:

Tablo 1: Kız İstemede Neden Özellikle Kahve İkram Edilir?

Cevaplar	Frekans
Gelenek-göreneklerden dolayı	71
Kızın becerikli olup olmadığını ölçmek için	24
Damat ve ailesinin kızı rahatlıkla görebilmesi için	21
Misafirlere değer verildiği için	18
Muhabbeti arttırdığı için	5
Hatırı olduğu için	5
Kız isteme ciddi bir konu olduğu için	3
Özel bir gün olduğu için	3
Yapımı zor olduğu için	2
Ortamin bereketlenmesi ve tatlı olması için	2
Kahve ikramı kızın verildiğini gösterdiği için	2
Kız vermek acı bir olay olduğu için	2
Kız erkeği beğenmişse kahveyi güzel yapacağına inanıldığı için	1
Kız isteme olayı stresli olup kahvenin insanı sakinleştirmesi için	1
Kızın talibini görmesi için	1
Kahve diğer içeceklerle göre daha resmi olduğu için	1
Kız erkeğin kahvesine tuz atar, erkek bu kahveyi içerse, erkeğin her türlü zorluğa katlanacağını göstermesine inanıldığı için	1

Verilen cevaplar, şu maddeler etrafında toplanmıştır. “*Gelenek ve göreneklerden dolayı, kızın becerikli olup olmadığını ölçmek için, damat ve ailesinin kızı rahatlıkla görebilmesi için, misafirlere değer verildiği için, kahve muhabbeti arttırdığı için, kahvenin hatırı olduğu için.*” En başta gelen gelenek ve görenek ifadesi, hemen hemen Türkiye’nin dört bir tarafında kız isteme esnasında yapılan kahve ikramını açıklayan en kapsamlı ifadedir. İnternette arama motorlarına “kız isteme, kahve ikramı” gibi ifadeler yazıldığında binlerce web sayfasında açıklama görülmektedir, sonuçta; kız isteme geleneğinde kahve kültürünün çok önemli bir vardır.

Tablo 2: Kahve Kimlere İkram Edilir?

Cevaplar	Frekans
Misafirlere	57
Kız bakmak için eve gelen misafirlere	28
Aile büyüklerine	14
Yüksek mevkide olanlara	9
Dostlara	8
Nadiren gelen misafirlere	6
Yaşlılara	6
Bayram ziyaretlerine gelenlere	2
Taziye gelenlere	1
Hasta sormaya gelenlere	1
Eşlere	1

Verilen cevaplar “*Misafirlere*” ikram edildiği konusunda fikir birliğine varıldığını göstermektedir. Bu ifadenin dışında “*yüksek mevkide olanlara*”, “*nadiren gelen misafirlere*”, “*yaşlılara*” şeklinde cevaplarda verilmiştir.

Toplumumuzda misafirlere verilen önemin bir göstergesi olarak, kahve ikramı yıllardan beri süren bir gelenektir. Bu soruya verilen cevaplarda bu geleneğin hala devam ettiği göstermektedir.

Tablo 3: Neden Kahve Falına Bakılır?

Cevaplar	Frekans
Kahve telvesinin fal bakmaya uygun olduğu için	48
Batıl inanç olduğu için	31
Güzel zaman geçirmek için	15
İnsanların gelecek hakkındaki merak duygusunu gidermek için	10
Bazı kadınlar meraklı olduğu için	10
Zaman geçirmek için	5
Kahve falı geleneğimizde olduğu için	4
Akılcı bir uygulama değildir	3
Bayanların kendilerine veya yakınlarına kısmet bulmak istediği için	2
Dedikodu yapanlar bir konuda konuşabilmek için	1
En iyi fal bakma yöntemi olduğu için	1

Verilen cevapların frekans dağılımı “*Kahvenin telvesinin fal bakmaya uygun olması, batıl inanç, güzel zaman geçirmek için, insanların gelecek hakkındaki merak duygusu, kadınların merakından çıkmıştır*” ifadeleri etrafında toplanmıştır.

Halk arasında fal günahdır, ancak, “Fala bakma, falsız da kalma” düşüncesine oldukça sık rastlanılmaktadır. Belki telvesinin uygunluğundan, belki eğlenceli vakit geçirmek adına ülkemizde en çok bakılan fallar arasında kahve falı yerini almaktadır. Bu gelenek yüzyıllardır devam edip gelmiştir.

Tablo 4: Bir Fincan Kahvenin Neden Kırk Yıl Hatırı Vardır?

Cevaplar	Frekans
Eski zamanlarda kahve az bulunduğu için	38
Kahve ikramı, karşıdaki insana değer verildiğini gösterdiği için	35
Kahve yapımı zahmetli olduğu için	10
Kahve içerken yapılan muhabbetin önemini anlatmak için	14
Misafirliğin önemini vurgulamak için	7
Gelenek olduğu için	5
Kahve samimiyeti arttırdığı düşüncesinde bulunduğu için	5
Yapılan iyiliklerin unutulmadığı için	3
Lezzetinin ağızda uzun süre kaldığı için	2
Evlenince kırk yıl beraber olmak için	1
Acı olduğu için	1
İki arkadaş birlikte kahve içmişler. Kırk yıl aradan sonra karşılaşmışlar. Hatırladıkları tek şey birlikte içtikleri kahveymiş.	1

Verilen cevapların frekans dağılımı *“eski zamanlarda kahve az bulunurdu. Kahve ikramı, karşıdaki insana değer verildiğini gösterir, kahve yapımı zahmetli olduğu için, kahve içerken yapılan muhabbetin önemini anlatmak için”* ifadeleri etrafında toplanmıştır. İnsanların zihninde, az olan şeyler değerlidir, anlayışının olduğu görülmektedir.

Tablo 5: İsmi Kahvehane Olmasına Rağmen Kahvehanelerde Neden Kahveden Çok Çay İçilir?

Cevaplar	Frekans
Çay kahveden ucuz olduğu için	30
Kahvehanelerde kahvenin pişirilip dağıtılması zor olduğu için	15
Kahve çaya göre daha çok içilebildiği için	12
Çay insanların damak tadına daha yakın olduğu için	9
Kahvehanelerin amacından saptırılıp oyun oynanan ticarethaneler olduğu için	4
Kahve maharet gerektirir, erkeklerin kahvehanede iyi kahve yapamadığı için	2
Kahveye alternatif içecekler yaygınlaştığı için	2
Kahveye önem verilmediği için	2
Eskiden kahvehaneci her gelene bir fincan kahve ikram ederdi	2
Eskiden kahveye değer verildiği için kahve içilecek bir ortam yaratılmaya çalışılmıştır	2
Kahvehane adı daha çekici olduğu için	1

Verilen cevapların frekans dağılımı *“çay kahveden ucuz olduğu için, kahvehanelerde kahvenin pişirilip dağıtılması zor olduğu için, kahve çaya göre daha çok içilebilir, çay insanların damak tadına daha yakındır, kahvehanelerin amacından saptırılıp oyun oynanan ticarethaneler olması”* ifadeleri etrafında toplanmıştır. Çay kahveden ucuz olduğu için, cevabı, manidardır, çünkü kahvehaneye gidildiğinde en ucuz içecek çaydır. Kahve ucuz olsa belki insanlar çay yerine kahve içlerler, ancak damak tadından dolayı da

kahve yerine çay tercih edildiğinin belirtilmesi de anlamlıdır. Bir kişi akşama kadar 10–15 bardak çay içebilir; fakat 2-3 fincan kahveden sonra kahve içilme ihtimali zayıftır.

Tablo 6: Kahvenin Yanında Neden Su İçilir?

Cevaplar	Frekans
Su ağızdaki acılığı giderdiği için	35
Kahvenin tadını daha iyi almak için	23
Kahvenin telvesinin boğaza yapışmaması için	15
Kahvenin mideye zarar vermemesi için	8
Kahve ağır bir içecek olduğu için	5
Saygınlık ifadesi olduğu için	4
Gelenekselleştiği için	3
İçenlerin boğazını gıcık tutmaması için	3
Kahve kişinin vücut ısısını düşürdüğü için	2
Susuzluğu gidermek için	2
Yorgunluğu atmak için	1
Ağızdaki sıcaklığı gidermesi için	1
Eskiden eve misafir geldiğinde kahveyle birlikte su getirilmiş, misafir toksa kahveyi, açsa suyu tercih edermiş. Ona göre sofraya kurulma işi yapılmış. Misafirin aç olup olmadığı ince bir nezaketle anlaşılmış.	1
Eskiden padişah kahve zehirli mi değil mi diye kahveye parmağını değdirip, kahvenin yanında gelen suya sokarmış. Kahvenin suyun içindeki dağılma durumuna göre kahvenin zehirli olup olmadığını anlamış.	1

Verilen cevaplar; *“su ağızdaki acılığı giderir, kahvenin tadını daha iyi almak için, kahvenin telvesinin boğaza yapışmaması için, kahve mideye zarar vermesin diye”* ifadeleri etrafında toplanmıştır.

Kahvenin yanında su ikram edilmesi geleneğini, çalışmaya katılan kişiler genelde ağız tadıyla ilişkilendirmiştir. Halk arasında zehirlenmeye karşı yapıldığı ile ilgili yaygın bir görüşte hâkimdir.

Tablo 7: En Çok İçilen Kahve Çeşitleri Hangileridir?

Cevaplar	Frekans
Türk kahvesi	98
Neskafe	89
Sütlü kahve	55
Mırma	48
Melengiç kahvesi	47
Sade kahve (acı kahve, şekerli kahve)	33
Orta şekerli	7
Şekerli	7
Cappuccino	7
Yeşil kahve	4
Çikolatalı kahve	2
Mehmet Efendi Kahvesi	1
Ananaslı kahve	1
Bıttım kahvesi	1
Az şekerli	1
Damla sakızlı kahve	1
Espresso	1

Verilen cevaplar; “*Türk kahvesi, Neskafe, Sütlü kahve, Mırma, Melengiç kahvesi*” ifadeleri etrafında toplanmıştır. Tabloya bakıldığında kahve çeşitlerinin yanında kahve pişirimi ile ilgili ifadelerin de kahve çeşidi gibi algılandığı görülmektedir. Türk kahvesinin birinci sırada olması, geleneksel damak tadının devamlılığı adına sevindirici bir durumdur.

Tablo 8:Türk Kahvesi Kültürünün Yaşatılması İçin Neler Yapılmalıdır?

Cevaplar	Frekans
Türk kahvesinin tanıtımı ile ilgili reklamlar yayınlanmalı	34
Kahve kültürü ve diğer kültürel varlıklarımızı tanıtıcı konferanslar verilmeli	18
Düğünlerde, toplantılarda, kongrelerde vb. faaliyetlerde yabancı kahveler ikram edileceğine Türk kahvesi ikram edilmeli	15
Kahvehanelerde, cafelerde Türk kahvesinin fiyatı ucuzlatılmalı	12
Yabancı turistlere otellerde ikramlar yapılmalı, böylece yurt dışında da tanınması sağlanmalı	6
Derslerde anlatılmalı	3
Kaliteli pişirilip, kaliteli sunum yapılmalı.	1
Üretim yapan fabrikalar kaliteli ürün satmalı, yoksa kimse içmez	1

Cevaplara göre Türk kahvesi kültürünün yaşatılması için; “*Türk kahvesinin tanıtımı ile ilgili reklamlar yayınlanması, kahve kültürü ve diğer kültürel varlıklarımızı tanıtıcı konferansların verilmesi, düğünlerde, toplantılarda, kongrelerde vb. faaliyetlerde yabancı kahveler ikram edileceğine Türk kahvesi ikram edilmesi*” yönünde çalışmalar yapılması beklenmektedir. Bu görüşler oldukça önemlidir.

B. Kahvehaneler İle İlgili Yapılan Anket çalışmasından Elde Edilen Bulgular:

Çalışmaya katılan 313 kişiden % 73.2’ si 30 yaş üzeri kişilerdir. % 8.9, 20 yaş altı ve % 17.9, 20-30 yaş arası katılımcı olmuştur. % 6.1’lik bir oranda 61 yaş ve üzeri olanlar vardır. Çalışma durumu göz önüne alındığında; ilk sırada emekliler, ikinci sırada serbest meslek çalışanları, üçüncü sırada işsiz olduğunu söyleyenler, dördüncü sırada memur, beşinci sırada işçi son sırada ise esnafın olduğu görülmektedir. Kahvehaneye geliş sıklıklarına bakıldığında %38’i her gün, % 22.5’i haftada birkaç kez, %19.3’ü gün aşırı, %17.2’si haftada bir derken en az gelenler ise %3’lük bir oranla ayda bir ve ayda birkaç kez geldiğini belirtenlerdir.

Tabloya göre; kahvehaneye gelenlerin büyük bir bölümünün eşi kahvehaneye gitmelerini istememektedir. Kahvehaneye gelenlerin büyük bölümü, oyun oynamak için geldiklerini, sadece maç izlemek için gelmediklerini belirtmiştir. Yaklaşık üçte birlik bir oranda, boş vakit geçirmek için gelenler vardır. Kahvehanelerde siyaset, eğitim ve kültür ile ilgili konuların fazla; dini konuların daha az konuşulduğu belirtilmiştir. Çalışmaya katılanlar kahvehanelerde çok dedikodu yapıldığı konusunda oldukça yüksek bir oranda görüş birliği içindedirler. Katılımcılar “Kahvehanelerde toplumsal olaylara çözümler üretiriz” maddesinde hem fikir görünmektedirler. “Bu madde nin “katılmıyorum” görüşünü bildirdikleri tek madde olması dikkat çekicidir.

Tablo 9: Anket Çalışmasına Katılanların Kahvehaneler İle İlgili Görüşleri

Maddeler	Katılıyorum		Kısmen Katılıyorum		Katılmıyorum	
	Frekans	%	Frekans	%	Frekans	%
1. Eşim kahvehaneye gelmemi istemiyor.	214	67	86	27	13	6
2. Kahvehaneye oyun oynamak için gelirim.	246	77	56	18	11	5
3. Kahvehanelerde sadece maç izlerim.	21	8.6	48	15	244	76.4
4. Kahvehanelerde siyasi konular konuşulur.	237	74.2	71	23	5	2.8
5. Kahvehanelerde eğitim ile ilgili konular konuşulur.	173	54.2	125	39.2	15	6.6
6. Kahvehanelerde kültür ile ilgili konular konuşulur.	143	44.8	164	51.5	6	3.7
7. Kahvehanelerde dini konuları konuşuruz.	89	28	157	49.2	67	22.8
8. Kahvehanelerde çok dedi kodu yapılır.	169	53.8	140	43.9	4	2.3
9. Kahvehaneye sadece boş vakit geçirmek için gelirim.	121	37.9	91	29	101	33.1
10. Kahvehanelerde toplumsal olaylara çözümler üretiriz.	243	76.8	70	23.2	0	0
11. Kahvehanelerde gazete okurum.	38	12.3	128	40.9	147	46.8
12. Kahvehanelerin insanlara genel kültür kazandıracağına inanmıyorum.	3	1.8	35	11.3	275	86.9
13. Kahvehanelerde başka siyasi düşünceden insanlarla oyun oynamam.	38	12.8	73	23	202	64.2
14. Seçim zamanı farklı siyasi düşüncede olan insanlarla kahvehanelerimizi ayırırız.	172	54.1	58	19.9	83	26
15. Kafelerde, kahvehanelerdeki kadar rahat olamıyorum.	269	85.2	4	2.3	40	12.5
16. Sürekli kahvehaneye gelmek insanı anti sosyal bir duruma sokuyor.	124	39	66	22.2	123	38.8

Katılımcıların yarıya yakını kahvehanelerde gazete okumadığını belirtmiştir. Katılımcıların % 86.9'u kahvehanelerin insanlara genel kültür kazandıracağına inandıklarını belirtmesi oldukça önemlidir. "Kahvehanelerde başka siyasi düşünceden insanlarla oyun oynamam" düşüncesinde olan kişilerin az olması, çoğunun başka siyasi düşüncedeki insanlarla oyun oynama durumunun olması sevindiricidir. Ancak; "seçim zamanı farklı siyasi düşüncede olan insanlarla kahvehanelerimizi ayırırız" diye görüş bildirenlerin sayısının fazla olması dikkat çekici bir durumdur. Kahvehaneye gelenlerin önemli bir oranı kafelerde kahvehanelerdeki kadar rahat olamadıklarını belirtmişlerdir.

Sonuç ve Öneriler

Kahvehaneler ortaya çıktıklarından itibaren uzun yıllar toplumun aktivite merkezi gibi çalıştığı görülmüştür (Yıldız, 2008). Eskiden genel kültür kazanmak için güzel bir mekân olarak görülen kahvehaneler, şimdilerde boş vakit geçirilen mekânlar haline gelmiştir. Boş zaman geçirenlerin çoğunun da

genç olması; ülkemizde gençliğin boş zamanlardaki faaliyetlerini etkin şekilde değerlendiremediğini de göstermektedir. Bu durumun beklide en büyük nedeni Tezcan'ın (1985) da belirttiği gibi; işsizlik, ekonomik yetersizlikler, örgütlenememe ve yeterli bir boş zaman eğitimi verilememesidir.

Süzer (1997) yaptığı araştırmada öğrencilerin kahvehaneye gitme sıklıklarına ilişkin dağılımı incelendiğinde, öğrencilerin % 59,8'inin kahveye gittiği ve üniversite öğrencilerinin, boş zamanlarında kahvehaneye gitmeyi en yüksek oranda tercih ettiği görülmektedir. Öğrenciler bunun nedenini, kendilerinin uygun şartlarda gidecekleri başka yerler olmaması olarak açıklamışlardır.

Bu çalışma sonucuna göre;

Yabancı kahve ve içecek çeşitlerine göre neredeyse yok denecek kadar az tanıtımı yapılmasına rağmen, Türk kahvesi kültürünün yaşamakta olduğu görülmektedir.

Kahvehanelerde güncel konular ve kültürel konularda faaliyetler yapılıyor olması önemli bir durumdur. Ay-

rica kahvehaneye gelenlerin büyük bir bölümünün toplumsal konulara duyarlı olduğu ve kahvehanelerde genel kültür kazandıklarını belirtmeleri önemli bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Öneriler

- Kültürel değerlerimizin işlenebileceği Sosyal Bilgiler, Tarih ve Halk Kültürü gibi derslerde kahve kültürümüzle ilgili işleyişlere yer verilmesi faydalı olacaktır.
- Kahve kültürü gibi gelenekselleşmiş değerlerimizin korunması için daha fazla çalışmanın yapılması gerekmektedir.
- Türk Kahvesinin kültürel bir değer olarak korunması için tanıtımının ve kullanımının yaygınlaştırılması gerekmektedir.
- Ülkemize gelen turistlere ev sahipliği yapan firmaların, turistlere geri dönüşlerinde Türk Kahvesinin yapılış şekli, pişirilme tarifleri, faydaları ve ikramı gibi geleneksel unsurları içeren “Türk Kahvesi Kültürünün” tanıtım katalogları veya CD’si hediye etmeleri ve çeşitli markalardan Türk kahveleri paketleri hediye etmeleri istenebilir.
- Mümkünse Türk Kahvesi ve kahve kültürünün dünya çapında bir marka haline gelmesi için çalışmalar yapılmalıdır.
- Ülkemize gelen turistlerin Türk Kahvesi ile tanışması sağlanıp bu kültürü yurt dışında yayma çabalarının gösterilmesi gerekir.
- Kahvehaneler okul dışı eğitim yerleri şeklinde düzenlenebilir.

KAYNAKÇA

- Açıkgöz, Namık. *Kahvename*. Ankara: Akçağ Yayınları, 1999.
- Aydoğan, Bedri. “Mehmet Akif Ersoy’un Meyhane Ve Mahalle Kahvesi Şiirleri Üzerine Bir Değerlendirme”, *Türkoloji Araştırmaları* Fuat Özdemir Anısı, (1997): 85-106.
- Ediz, İsmail. “Osmanlı’dan Cumhuriyet’in İlk Yıllarına Kahvehaneler Ve Sosyal Değişim”, *Sakarya Üniversitesi Fen Edebiyat Dergisi*, 10-1, (2008):179-189.

- Hattox, S. Ralph. *Kahve ve Kahvehaneler, “Bir Toplumsal İçeceğin Yakınoğudaki Kökenleri”*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, (1998).
- (http:1):<http://www.turizm.gov.tr/TR/Genel/Belge-Goster.aspx?F6E10F8892433CFF1AD8E71A9A9C2925EC9E8A7FA3AA308F>
- (http:2):<http://kitap.kulturizmit.gov.tr/Genel/Belge-Goster.aspx?F6E10F8892433CFFE603BF9486D4371D3747190A27CE4A93.htm> (erişim tarihi: 02.11.2009)
- Karamırs, Sami. *Türkiye’nin Kültür Meseleleri*. İstanbul: Osmanlı Araştırmaları Vakfı Yayınları, (1995).
- Karasar, Niyazi. *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, (2009).
- Kaygılı, Osman Cemal. *İstanbul’da Semai Kahveleri ve Meydan Şairleri*, İstanbul: Merkez Kitapları, (2007).
- MEB. (2005) *Sosyal Bilgiler Dersi İlköğretim 4. ve 5. Sınıf Programı*, <http://ttkb.meb.gov.tr/ogretmen/modules.php?name=Downloads&do=op=viewdownload&cid=18>
- MEGEP (Mesleki Eğitim Ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), *Yiyecek İçecek Hizmetleri Kahve Hazırlama ve Servisi* Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı, 2006. http://cygm.meb.gov.tr/modulerprogramlarkursprogramlariyiyecekicekmodullerkahve_hazirlamaveservisi.pdf
- Oğuz, M. Öcal. “Somut Olmayan Kültürel Miras Ve Kültürel İfade Çeşitliliği”, *Milli Folklor*, 21, 82 (2009): 6-12.
- Ortaylı, İlber. *İmparatorluğun En Uzun Yüzyılı*, İstanbul: Hil Yayınları, (1983).
- Öztürk, Serdar. “Cumhuriyet’in İlk Yıllarında Asri Kahvehaneler”, *Toplumsal Tarih*, 126, (2004): 84-89.
- Öztürk, Serdar. “Osmanlı İmparatorluğunda Kamusal Alanın Dinamikleri”, *İletişim*, 21, (2005): 95-124. <http://www.siyasaliletisim.orgpdfosmanliimparatorlugundakamusalalan.pdf>
- Öztürk, Serdar. *Cumhuriyet Türkiye’sinde Kahvehane ve İktidar*, İstanbul: Kırmızı Yayınları, (2006).
- Sağlam, Seyfettin. “Milli Mücadelede Ankara”, *Türk Yurdu*, Ankara Sayısı, 22-176 (2002): 82-86.
- Süzer, Melda. “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Ve Ekonomik Özelliklerine Göre Boş Zaman Faaliyetlerini Değerlendirme Biçimleri (Pamukkale Üniversitesi Örneği)”, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (1997).
- Tezcan, Mahmut. “Ülkemizde Orta Öğrenim Gençliği Açısından Boş Zamanların Değerlendirilmesi.” *Türk Dili*, XVIII, 398: (1985): 117-119.
- Thompson, Paul. *Geçmişin Sesi*, (Çev. Şehnaz Laykel), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları / Sözlü Tarih Dizisi, (1999).
- Yağbasan, Mustafa ve Ustakara, Fuat. “Türk Toplumunda Kahvehane ve Kafelerdeki İletişimsel Ortamı Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması (Gaziantep İli Örneği)”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, 1 (2008): 233-260.
- Yıldırım, Ali ve Şimşek, Hasan. *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, (2005).
- Yıldız, M. Cengiz. *Kahvehane Kültürü*, İstanbul: Beyan Yayınları, (2008).