

The Journal of Academic Social Science Studies



International Journal of Social Science
Volume 6 Issue 4, p. 1003-1028, April 2013

SİMGESEL MEKÂN TÜKETİMİ VE YENİ KAMUSAL ALANLARDA TOPLUMSALLIK: FATİH AT PAZARI ÖRNEĞİ

*SYMBOLIC SPACE CONSUMPTION AND THE SOCIALITY IN THE NEW
PUBLIC SPHERES: THE CASE OF FATİH HORSE BAZAAR*

Yrd. Doç. Dr. Bayram SEVİNÇ

KTÜ Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümü Kurumlar Sosyolojisi ABD

Abstract

Coffee-houses and cafes have been the main places of publicity and sociality from the Ottomans up to date. Coffee-houses that emerged as a secular space in Ottoman social structure have been loaded many functions and been an essential area of sociality over time. In the Republic, this area has continued on the one hand and undergone many transformations on the other. The most fundamental transformation has been emerged in regarding to coverage different social preferences and being re-designed according to modernization. Thus, these areas that shaped by societal have also been an inspection area both for society and the state at the same time. It is aimed to move away from the oriental mentality by modernization of coffeehouses in the early stages of the Republic by the effect of the modernization paradigm. Thus the modern subject tended to the new coffee-houses (that having a collection of newspapers and magazines for its customers) and later to cafes. The new Muslim subject has seen the cafes as an intellectual choice in recent years. It is considered that the cafes are places that the identity and construction of discourse are distinctive and the female gender patterns are made visible through them. New Muslim subject's rhetorical and practical join to the mixed places is facilitated through the cafes. The cafes as new places of the modern society's sociality are taken as a problematic in this study for the new Muslim subject. In this context, primarily coffee houses and cafes are compared by a functional analysis using a historical comparative perspective. Subsequently, thematic spaces that arise after the conversion of Fatih Horse

Bazaar by being decorated with cafes and restaurants as a street were analyzed by the technique of participant observation. Thereby, the human-city relationship is discussed in terms of the qualities of the new spaces and their frequent customers.

Key Words: Turkish Modernization, Fatih Horse Bazaar, Café, Coffee-houses Sociality, New Muslim Subject.

Öz

Osmanlıdan günümüze kahvehane ve kafeler en temel kamusal ve toplumsal mekânları olmuştur. Osmanlı toplum yapısında seküler bir mekân olarak ortaya çıkan kahvehaneler zamanla birçok işlev yüklenmiş ve temel bir toplumsal alanı olmuştur. Bu alan, Cumhuriyete gelindiğinde bir yandan devam etmiş bir yandan da dönüşümler geçirmiştir. En temel dönüşüm, farklı toplumsal tercihlere hitap etme ve modernleşmeye göre yeniden dizayn olmada belirmiştir. Böylece toplumsal biçimlendirildiği bu alanlar, hem toplum hem de devlet için aynı zamanda birer denetim alanı olmuştur. Cumhuriyetin ilk dönemlerinde modernleşme paradigmasının etkisiyle kahvehaneler asrileştirilerek şark zihniyetinden uzaklaşma hedeflenmiştir. Böylece modern özne kiraathaneye ve sonrasında kafelere yönelmiştir. Son yılların yeni Müslüman öznesi de kafeleri entelektüel bir tercih olarak görmüştür. Kafeler, kimlik ve söylem inşasının belirgin olduğu ve kadın toplumsal cinsiyet kalıplarının onlar yoluyla görünürlüğe taşındığı yerler olarak görülmektedir. Yeni Müslüman öznenin karma mekânlara söylem ve pratik düzeyde katılması, kafeler yoluyla kolaylaşmıştır. Bu çalışmada, modern toplumun yeni toplumsal alanları olarak kafelerin yeni Müslüman özne için mekân oluşu sorunsallaştırılmıştır. Bu bağlamda öncelikle tarihsel karşılaştırmalı perspektifle kahvehane ve kafeler işlevsel bir analizle kıyaslanmıştır. Ardından katılımcı gözlem tekniğiyle Fatih At Pazarı'nın dönüşüm sonrasında bir sokak olarak kafe ve restoranlarla donatılmasıyla ortaya çıkan tematik mekânlar analiz edilmiştir. Böylece insan-kent ilişkisi, Fatih At Pazarı'nda ortaya çıkan yeni mekânların ve müdahimlerinin nitelikleri açısından ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Türk Modernleşmesi, Fatih At pazarı, Kafe, Kahvehane, Toplumsallık, Yeni Müslüman özne.

Giriş

Geleneksel kültürün olduğu gibi modern Türkiye'nin toplumsal ve kültürel kodlarının üretim kaynağı da İstanbul'dur. Onun sosyo-kültürel ve mekânsal refleksi hem birbirini tamamlar hem de biçimlendirir. İstanbul, kadim geleneğini mekân belleği olarak sur içinde taşır ve bu nedenle ona dair herhangi bir söylemin odağında sur içi yoksa noksanıdır. Sur içi, kentin günümüzde genişleyen çehresine rağmen reflekslerin okunmasında etkin veriler sunabilmektedir. Onun kent açısından taşıdığı kimlik yönelimli miras, herhangi bir toplumsallık üretiminde hâlâ belirgin bir

etkiye sahiptir. Eski İstanbul dokusunun aşikâr okunabildiği mekânlar içinde Fatih semti ayrı bir önem taşır. Fatih, hem Osmanlı öncesi hem de Osmanlı dönemi eserlerinin somut ve soyut mirasının kolektif bellekte belirgin bir izle sahip olduğu semtlerden biri olarak geçmişin portresinin okunabildiği önemli mekânlardandır. İstanbul'un tarihî dokusunun kolaylıkla hissedilebildiği bu semt, aynı zamanda fetihten sonra yerleşim yeri olarak tercih edilen ilk mekânlardandır. Bu nedenle o, toplumsal bellek için önemli yapısal özelliklerin taşındığı bir mekân olarak işlevselleşmektedir.

İstanbul'un özel ve kamusal alanında yaygınlığı sürekli güçlenen "kültürel ve sosyal" bir içecek olan kahveyi (Heise, 2001: 31)¹ ağırlamasından² sonra ortaya çıkan toplumsallık biçimi, yani kahvehane yaşamı, tarihte ne düzeyde etkin olduysa kafeler de bugün benzer bir güce sahiptir. Kahvehanenin oluşumu ve yaygınlaşması, şehirleşme ve demografik yapıyla ilgili olduğu gibi ticaretin yoğunlaşmasıyla da ilgilidir. Kahvehane, ilk dönemlerde³ (16 ve 17. yy) erkek toplumsallığı için gece gündüz (özellikle Ramazan'da) açık bir mekân olarak inşa edilen eğlence, oyun, misafir ağırlama, toplumsallaşma, kültürel alışveriş gibi birçok toplumsal işlevi meyhaneye (şaraphane) ve hamamın yanı başında yüklenen seküler bir mekân olur. Farklı sosyal tabakadan insanların bir araya gelebildiği bu mekânların esnek yapısı, onun her türlü içerikle doldurulabilme potansiyel ve şüphesiyle karşılanmasına neden olur. Kahvehane, siyasal, ekonomik, kültürel vb. işlevlerin ve özelde muhalif söylemin inşa edildiği ve toplumsal katılım ve denetimin işlerliğinin sağlandığı yer olduğu, kısacası toplum olarak devam eden bünyenin hayatî fonksiyonlarına seküler bir damardan kan pompaladığı için önem taşımış ve taşımaktadır. İç ve dış mekân ayırımının silikleştiği mimarisinin yanı sıra meddah, ozan vb. kültürel üretim aktörlerinin bulunduğu bu mekânlar toplumun seküler alanının üretiminde etkinliklerini yıldan yıla arttırmıştır (Heise, 2001: 21-28).⁴

Günümüzde kent ve kentlilik bağlamında belirginleşen kafeler, kahvehanelerden esinlendikleri sistemi karma bir düzen üzerine inşa etmiştir. Daha önce toplumsal cinsiyet kodlarının kahvehanelerde ağırlıklı olarak bir araya getirdiği

¹ Kahve etrafında dönen tartışmalarda dini hükmünün ne olduğu önemli bir yer işgal eder. Heise'in Yemen sülfilerinin 16. yy'da olağan kullanım pratiklerini aktarımına karşın (2001: 19-20) Osmanlı'da kahvenin içecek olarak meşru görülmediği dönemlerin bulunması, onun ve ürettiği toplumsallığın sosyo-politik önemini ifade etmektedir (Ayrıca bkz. Hattox, 1996: 64-66).

² İlk kahvenin 1517'de içildiği kaydedilir (Heise, 2001: 21). İlk kahveden sonra şekillenen kamusal alan, 19. yüzyılda seyyah Lumières'in İstanbul'u *büyük bir kahvehaneye* benzetmesine varan bir kurumsallaşmayı netice verir (Kırlı, 2009: 96).

³ İlk dönem kahvehane sosyalliğinin örnekleri için (bkz. Peçevî, 1981).

⁴ Hattox, kahvehanelerin birçok bakımdan meyhaneye benzerlik taşıdığını, birinin haram diğeri ise haramlığı ortaya konamayan bir ürün sattığına da dikkat çekerek aktarır (1996: 107). Esasen, Kahvehane, özel mekânlarda ve cami, tekke gibi ortak mekânlarda toplanan kitle ile meyhaneye gibi yerlerde toplananlar arasında bir ara form olarak kahve içme ve toplumsallaşma için geceleri dışarı çıkabilmeyi, mekânların inşasını mümkün kılmış, ışıkları yanan yeni akşam (gece) mekânlarını oluşturmuştur (s.112).

Müslüman özneye karşın yeni toplumsallaşma tercihi, yeni Müslüman özne için kafeler özelinde (geleneğinde karmaşık bir alan olmadığı için farklı olan) yeni mekânların inşasını da beraberinde getirmiştir. Fatih At Pazarı, alternatif mekân üretiminde toplu bir halde (bir sokağın inşası) şekillendirmeye örnekliliği ve eski İstanbul mimarisinin merkezinde olması açısından önem taşımaktadır. Bu çalışmada, katılımcı gözlem tekniğiyle ve karşılaştırmalı tarihî perspektifle At Pazarı örneğinde yeni Müslüman öznenin kamusal ve toplumsal deneyimlerinin simgesel mekân tüketimi bağlamında analizi hedeflenmiştir. Tarihsel perspektifte kahvehanelerle karşılaştırmalı olarak mekân ve insan ilişkisi ve simgesel tüketim olgusu, gözlem yoluyla elde edilen verilerle işlenerek yeni mekân algısının kent inşası ve kentlilik olgusunda getirdiği dönüşümler irdelenmeye çalışılmıştır. Temel yaklaşım, Lefebvre'in (1991) anlatımına dayandırılan (ve Urry gibi sosyologların ayrıntılandığı), hem *tüketim yeri* hem de *tüketilen bir yer* olarak kafelerin yeni işlevlerine ve yeni öznelerle odaklanarak inşa edilmiştir. Kafeler, Sennett'in (2002: 58; Ayrıca bkz. Kömeçoğlu, 2012: 99) Goffman'a yaptığı "tarihsiz sahneler toplumu" eleştirisi, yani onun dramaturjik modelinde sahne ön ve arkasını işlerken sahnelerin oluşum dinamiklerini dikkate almadığı eleştirisi, göz önünde bulundurularak kahvehanelerle karşılaştırmalı olarak (tarihsel bir perspektif sunmak için) ele alınacaktır.

Kahvehaneden kafeye kamusal alanlar ve toplumsallık inşası

Kafelerin kamusal mekân olarak inşasının atası kahvehanelerdir; her ne kadar kahvehanelerin toplumsal cinsiyet bağlamında erkeklik üzerinden inşa görmesine karşın kafelerin bütün toplumsal cinsiyet kalıplarını kapsaması gibi yapısal farklar söz konusu olsa da cami, pazar, hamam, meyhane vb. toplumsallık alanlarının yanı başında alternatif bir mekân olarak inşa edilen kahvehaneler (bkz. Carlier, 1999), Osmanlıdan beri bir araya getiren ve birlikte tüketilen çok fonksiyonlu bir yer olmuştur. Kahve⁵ ve kahvehanenin Arap kaynaklı olduğu yorumunun yanı başında kahvehanelerin 16. yy'dan itibaren Osmanlı kamusal hayatının ana dinamiklerinden biri olarak biçimlendiği argümanı da söz konusudur (Sami, 2010: 160). İstanbul merkezli Osmanlı kültürü, kahvenin simgesel ve sanatsal değerinin inşasında zamanla öncelenen bir konuma gelmiştir (bkz. Hattox, 1996: 67).⁶ Ev içi (özel alan) tüketiminin yanı sıra baskın yerleşikliği yeni bir kamusal mekânda yani kahvehanede bulan kahveyle⁷ birlikte yeni bir toplumsallık ve kamusal alanı doğmuş ve bu yenilik,

⁵ Bir içecek olarak kahvenin yanı sıra simge olarak kahve, modernleşme tarihinin önemli bir yükünü taşımaktadır. 16 ve 17. yy'da kentleşme ve kentlileşmede etkin olan kahve, 18 ve 19. yy'da dünyanın birçok yerine, bu arada Batı'ya, yayılan bir içecek olarak kendi kültürel bagajını taşıdığı gibi etkileşim kanallarını ve sömürgecilik faaliyetlerinin zeminini de beraberinde bulundurmuştur. 19. yy'da kahve önemli sömürge ürünleri içinde bulunmakta ve dünya ticaretinin de hatırı sayılır bir kısmını teşkil etmekteydi; öyle ki dönem dönem kahvenin eczanelerde bile satılışı, kazanç değerini ifade etmektedir. "Geçmişte Avrupa kahvede lüksün aromasını bulurdu; sayıları 70'i geçen ve hemen hemen hepsinin de bir sömürge geçmişi bulunan kahve üreticisi ülkelerin çoğu ise kahvede yoksulluğun aromasını buluyor" (Heise, 2001: 52).

⁶ Kahvenin Arap ve acem dünyasından İstanbul'a gelişi ve ilk kahvehanenin açılışı için 1555 tarihi (Peçevi'nin rivayetinin de etkisiyle) yaygın kabul görmüştür (Birsal, 1983: 8). İlk kahvehanenin 1554'te Tahtakele'de açıldığı kaydedildiği gibi 1553 tarihi de kayıtlara geçmiştir (Akyazıcı Özkoçak, 2009: 20).

⁷ 17. yy'da Türklerin nadiren evde kahve içtikleri, kahve dükkanlarına uğramayı yeğledikleri kaydedilir (Hattox, 1996: 65).

geniş kitlelerin gündelik yaşamında ev-cami-çarşı üçgeninin yanı başında seküler bir yüz yüze diyalog zemini sağlayarak yeni bir boyut türetmiştir (Bingül, 2012).

Yeni mekân, cami ve tekke gibi mekânların yanı başında seküler bir toplanma mekânı ve geniş bir işlev⁸ yüklenme potansiyeliyle hayat alanını yüzyıllarca etkileyecek bir forma sahipti. Dahası, siyaset ve ticaret gibi seküler konular (ki ilk kahvehaneler ticaret merkezlerine yakın ve içkin olarak inşa edilir) yeni mekânlarda daha kolay tartışılmış, gündelik yaşam içindeki bireyin kontrolü de yeni ve geniş bir alana taşınmıştır. Özünde yeni mekânlar yeni ilişki biçimleri ortaya koymuştur.⁹ Kahvehanelerin getirdiği toplumsallığın ucuz (şölen için yüklü miktar akçe yerine bir iki akçeyle kahve ikramı mümkün olur) ve kolay erişilir olması, onun sınıflar boyunca dağılımını kolaylaştırdığı gibi sınıfsal bazı farklar katması da söz konusu olmuştur (bkz. Birsal, 1983: 16). Bir diğer açıdan bakıldığında kahvehanelerin Osmanlı toplumunda ilk çıkışından 45 yıl sonra sayısının 600'e çıkması ve bunların içinde mahalle kahvehanelerinin yoğunlukta olması, bu toplumsallık biriminin "mahallenin yönetildiği karar merkezi işlevi" görmesini de beraberinde getirmiştir (Sökmen, 2011: 24). Böylece toplumun yeniden üretilmesinde etkin bir birim olan mahalle kahvehaneleri, zamanla tematik ve grupsal ayrımlara doğru yönelen bir çeşitlenmeyle birlikte toplumsal yapının birçok katmanının ihtiyaçlarına cevap verecek bir mekân örgütlenmesini deneyimleyecektir.¹⁰ Esasen toplumun yeniden üretilmesinde sözlü kültürün yanı sıra zamanla *Muhammediye* gibi metinlerin birlikte okunmasıyla yazılı kültürün de toplumsal belleği yeniden üretme ve güçlendirme edimini gerçekleştirdiği görülmektedir (s.27).

Bu yeni seküler yaşam alanı, toplumsallık için nötr bir mekân (her yaşam evrenine geçiş veren bir katılıma uygun) oluşturarak her tür düşüncenin girebildiği veya her tür düşünceye göre biçimlendirilebilen bir içeceği ve bir aradılığı söz konusu etmiştir. Her yenilik gibi bu da söylem çatışmalarına neden olmuş ve lehte ve aleyhte resmi ve gayri resmi tutumlar sergilenmiştir. Zaman içinde leh ve aleyhte gelişen argümanlar bir yana,¹¹ günümüze gelindiğinde direngen bir seküler toplumsallık alanı

⁸ Osmanlıda kahvehanelerin çoğu, aynı zamanda berber olarak da iş görmekteydi. Birçok oyun, nargile, kâğıt oyunları ve satranç buralarda hizmete sunulmakta, tütün enfıye vb. keyif verice maddeler kullanılmaktaydı. Kitap okunurdu; bazen biri okur diğerleri dinlerdi (bkz. Birsal, 1983: 32-37).

⁹ "Kahvehaneler, hiçbir devirde sadece bir şeyler içilip geçilen yerler olmamış, satranç, tavla, dama, piket, bezik, briç ve türlü kâğıt oyunları, gençler arasında yüzük ve tuğra oyunları buralarda oynanan; günlük, siyasal ve edebî sohbetler edilen, mahallelinin birbiriyle buluştuğu yerler olmuş, zamanla da örgütlü eğlencenin satın alındığı, Meddah, Karagöz ve kuklacıların da eksik olmadığı kamuya açık ilk Türk din-dışı boş zaman işletmeleri hâline gelmiştir" (Kurt, 2012: 202).

¹⁰ Esnaf, yeniçeri, tulumbacı, meddah kahvehaneleri başta olmak üzere birçok yeni tür ortaya çıkmıştır (Sökmen, 2011: 25).

¹¹ "IV. Murat halkta durgunluk, üşengeçlik ve eğlenceye düşkünlük yarattığı gerekçesiyle kahvehanelerin kapatılmasını buyurdu ve kahve kullanılmasını yasakladı. III. Murad devrinden sonra kahvehaneler o denli çoğalır ki, halkın kahve içmesinin önüne geçilemez. Müftüler, vaizler bu kez "kömür haddine gelmez imiş, içmesi caiz imiş" demeye başlayınca ortalık rahatladı ve halk biraz soluk aldı" (Bingül, 2012: par.11-12). IV. Murad'ın yasağının arkasında 17. yy minyatürlerinde resmedilen kahvehane biçimlerinin de etkisi vardır. Bu yasağın önemli yanlarından

olarak kahvehaneler, torunları olan kafelere de ilham kaynağı olmuştur. Söz gelimi zaman içinde belli hitap kitlelerine göre¹² farklılaşan kahvehaneler gibi kafeler de farklı tasarımlara açık olmuştur. Böylece bir anlamda değişim merkezli bir sosyal bünye denizinde farklı kitleleri taşıyan gemiler gibi işlev gören hareketli varlık alanları olarak kafeler belirmiştir. Kafeler, özellikle '80 sonrasında beliren yeni kentsel yapılarda alt ve alt orta sınıfın uğrak yeri haline gelen ve toplumsallık bağlamında en düşük düzeyde tanımlanan kahvehaneleri bir anlamda işlevsizleştirmiştir. Kamusal ve toplumsallık açısından onların yerini kafeler ve restoranlar gibi daha denetimli tasarımlar ve seçkin kitlelere yönelişler almıştır. Böylece bir anlamda aylaklık mekânları ve işsizliğin müdavimliği çerçevesinde algılanan kahvehaneler, bazı işlevlerini yeni mekânlara devreder. Dahası kahvenin yerini çayın alması simgeselliğinde de ifade edilebileceği gibi, farklı tat ve ürünlerin birlikte sunumu yeni mekânların işidir. Urry'nin gerekçelendirdiği gibi mekân, tüketilir;¹³ bu bağlamda kahvehanelerin ikamesi, yeni tüketim mekânları kafelerdir.¹⁴ Bu ikamenin geleneksel toplumun kahvehanelerine karşın modern toplumun (Batı tandanslı) kafeleri biçiminde düalist algılanması sonucunda kafeler üzerine olan söylemlerin leh ve aleyhteki (tıpkı kahvehanelerin ilk dönemlerinde olduğu gibi, yani meşru kurumsallaşmalarına varıncaya dek) argümantasyonları söz konusu olmuştur.

Kafeler, kent mekânlarının, yani bir kent örgütlenmesinin kültürel unsurlarının bileşiminin örneği olarak toplumsallık üretiminde kentlidir. Kentli olmaları, aynı zamanda gündelik yaşamın odağında bulunan, sosyallık algı ve pratiğinin biçimlenmesinde etkin alanlar olmalarını beraberinde getirir. "Sadece işlevsel yanları ile değil, taşıdıkları simgesel, göstergesel kodlar ile de kentin yaşanması, yeniden üretimi ve dönüşümünde merkezi rol oynarlar. Modernite ile birlikte kent mekânlarının önemi ve temsiliyet dereceleri büsbütün artmış, adeta, kent yaşamının ayrılmaz bir parçası, modern kentliliğin sembolik bir göstereni haline gelmişlerdir" (Aytaç, 2007: 200). Kafeler, tıpkı kahvehaneler gibi bu sektörün sunduğu yeme içme, oyun, eğlence ve eğitim gibi unsurlardan oluşan hizmet yelpazesine sahiptir (Heise, 2001: 187). Öte yandan kafeler, siyasal örgütlenmenin mekânı olarak işlev görebilir ki kahvehanelerin bu bağlamda mekânsallığı ve denetim (bkz. Kırılı, 2000: 58-79; Yaşar,

biri, 1623-1640 arasında sürdürülen bu yasağı halef IV. Mehmed serbest bıraktıktan sonra kahvehanelerin imajının kolaylıkla düzeltilmemesi, "bir daha asla 'saraya layık'" olamamasıdır (Heise, 2001: 22). Fakat kahve, artık 'misafirleri izaz vasıtası olarak' saray dâhil her yere yayılmıştı ve önü alınamaz bir durumdaydı (Yaman, 2004: 16).

¹² Kahvehanelerin inşa biçimleri ve konuşlandıkları mekâna göre mahalle, hamal, esnaf, tulumbacı ve semaî kahvehaneleri olarak tanımlandıkları görülür (Ediz, 2008: 182). Özünde, mekânına, işlevine, müdavimine, işletmecisine vb. göre çeşitlenen kahvehanelerin sivil ve askerî (yeniçeri) şeklinde ayrımlanması da dikkate alınmıştır.

¹³ Toplum, zaman ve mekân arasında kurduğu ilişkiyi tüketim bağlamında ele alışını için (bkz. Urry, 1995).

¹⁴ Sami, bu mekânların kahvehanelerin yerini almasını negatif bir değişim olarak, yani geleneksel toplumda Batı değerlerinin süzgeçten geçirilmeden alınışı ve sınıfsal farkların belirginleştiği (olumsuz anlamdan) ve yoz bir kültürün hâkim olduğu kitlelerin takıldığı yerler bağlamında değerlendirir. Esasen, ileriki analizlerde de belireceği gibi bu yeni mekânları toptan bir yorumla bu şekilde yoz kültürün mekânları olarak damgalamak, değişimin yapısal olarak negatif olduğu düşüncesini inşa edeceği için bu durum kabul edilemez. Görüleceği üzere, zamanla çoğu kahvehanelerin edebiyat merkezli entelektüel özlerini yitirerek aylaklık mekânları haline gelmekle işlevsizleşmiş ve kafe restoranlar da alternatif ve nezih mekânlar olarak ortaya çıkmıştır. Elbette olumsuz örnekler ve yoz kültürün bulunduğu formlar da bu, bağlamda söz konusudur; fakat bu başat nitelik değildir (krş. Sami, 2010: 170; Ayrıca bkz. Heise, 2001: 170-172).

2009: 36-44; Kırılı, 2000a) nesnesi olarak görülmesi, kahvenin tarihi kadar eskidir. Söz gelimi tarihî belgeler Nizam-ı Cedid'e karşı muhalefetin kahvehanelerde örgütlendiğini gösterir. Devlet, bu bağlamda cezaî sistemi uygulamıştır (Ayvazoğlu, 2012: 24). Öte yandan dedikodu ve işsizlik gibi tercih edilmeyen toplumsal olguların mekânı olarak görülme, kahvehaneler üzerindeki denetimi hem meşrulaştırmış hem de güçlendirmiştir. Nasıl ki kahvehanelerin ilk örgütlenme biçimi belli bir kitle üzerinden yürümüş sonraları özellikle 18. yy'da her seviyeden insanın dâhil olduğu bir kurumsallaşmaya dönüşmüşse (s.36) başlangıçta tekil kategorilere hitap eden kafeler de günümüzde her kesimden insanı kapsayan bir hal almıştır. Böylece örgütlenme biçiminin kapsayıcılığı, her türlü yapılanma için bir zemin olma potansiyelini de beraberinde getirmiştir.

Kafeler, kahvehanelerin aksine görsellik, yani tasarım, bağlamında da farklıdır; atasının mimarisinin belirgin niteliği ve kent kimliğine katkısı sınırlı iken kafelerin tasarım kaygı ve portresi daha biçimsel ve içeriklidir. Bir anlamda kafeler toplumsallık inşasına mekân tasarımıyla başlarlar. Temsil siyasaları daha baştan şekillenmeye başlar. Küresel ve tarihî perspektiften bakıldığında kahvehanelerin salaş ve ilişik mekânlar (cami etrafı, han girişi, çarşının ölü noktası vb.) olarak inşasının bugün bazı tarihî mekânlara (ki toplumsal bellekte kadim geçmişini yeniden üretir) yönelen yapısının getirdiği yenilik söz konusu olsa da, kafelerin şehrin güzel ve manzaralı mekânlarında inşa ettiği ve görselliği öncelediği (zevk ve beğeniyi dikkate aldığı –ki kahvehaneler işlevsel olarak inşa edilir) yapısının yanında rekabette hâlâ (küreselleşmeyle gelen büyük ölçekli şirketler de dikkate alındığında) zayıf kalmaktadırlar. Esasen kahvehaneler de günümüzde toplumsallık bağlamında bir dönüşüm yaşamıştır. Söz gelimi eskiden yalnızca erkeklik kodlarının hâkim olduğu bir mekân olan kahvehaneler bugün İstanbul ve Diyarbakır gibi çeşitli toplumsal formlarda bütün toplumsal cinsiyet kalıplarına yer vermeye başlamıştır (Sami, 2010: 160); bir anlamda karmaşık hale gelmiştir, tıpkı torunları olan kafeler gibi.

Bir kent, insan-mekân etkileşiminin oluşturduğu sosyal ve doğal çevre biçimlenmesinin üzerinde yükselen değişken varoluşa sahip olduğu gibi süreğenlik taşıyan unsurlara da sahiptir. "Kentsel mekânlar, gerçekte, ne tür saklı/müphem bir iradeye boyun eğmiş olurlarsa olsunlar, temelde, taşıdıkları sosyalite bağlamı; iletişimsel izlek, müdavimlerine atfettikleri iktidar, statü, prestij ve kimlik öğeleri, derin bir sosyolojik ardalanı örnekleyebilecek niteliktedir. Bundan dolayı, mekân üzerinden toplumsallık/kamusallık çözümlemeleri ve mekânın iktidar, kimlik ve cinsiyetçi politikalarla olan ilişkisini merkeze almakta yarar bulunmaktadır" İnsanın doğal ve toplumsal olmak üzere iki çevresi vardır; doğal olan toplumsalı belirlerken

toplumsal da mekânı (ki sembollerle yüklü mekâna *yer* (place) kavramını kullanmak daha uygun olur) üretir.¹⁵ Bu etkileşim, modern dönemde ayrı bir önem taşır:

“Daha önce, evin, özel alanın, cemaatin bize verdiği *aidiyet, güven, bağlanma, tutunma* hissini modernite ile birlikte bu mekânlar üstlenmekte; bu yüzden geniş yığınlar, zamanlarının önemli bir kısmını bu mekânlarda geçirmekte, onlarla, özdeşlik ve bağlanma ilişkisi kurmakta, gündelik yaşamlarını bu mekânların sundukları kültürel, sanatsal ürünleri/etkinlikleri tüketmekle geçirmektedirler. Her bir mekân da, müdavimlerine belli bir davranma, faaliyette bulunma üslubu kazandırmakta, mekâna bağlı sosyal deneyimler ve kimlik konfigürasyonları atfetmektedirler” (Aytaç, 2007: 203).

Osmanlı toplumunda kahvehane ve kitapların özellikle II. Meşrutiyet’ten sonra oluşturdukları dinamiğin toplumsal tabakalaşmaya ve kültür-siyaset olgusuna etkisi (Emiroğlu, 2000: 190) dikkate alındığında modernleşme eğilimleriyle birlikte fikir dünyasının tartışma mekânlarının sosyo-politik zemindeki etkisinin aşikârlığı gözlenebilmektedir. “İnsanların günlük yaşamdaki konuları ve boş zamanlarını geçirme, eğlence biçimleri, toplumsallaşma biçimlerinin yolu ve sonucudur” (s.191). Kahvehanelerin örgütlenme potansiyelinin yüksekliği, ortaya çıkışlarından itibaren özellikle buhran ve zorlu değişim zamanlarında hâkim erk tarafından sürekli kaygı ve kuşkuyla görülebilen alanlar olmuştur. Siyasal muhalefet başta olmak üzere alternatif söylemlere ve örgütlenmelere ev sahipliği yapan kahvehaneler bu bağlamda görece bir özerkliğe, sayılarının fazlalığına ve halkın mobilize edilişindeki örgütlü bir araya getirme avantajlarına (Öztürk, 2005: 494) bağlı olarak siyasal erk tarafından hep gözetim altında tutulmuşlardır. Söz gelimi I. İbrahim döneminden sonra yeniçeriler kahvehane sahibi olmaya başlamış ve oralarda zorbalık ve yolsuzluklara izin vermiştir; bu durum II. Mahmut’un ocağı kapatmasından sonra kahvehaneleri de yerle bir etmesine neden olmuştur. Engel, yani siyasal ve kriminolojik sorun halledildikten sonra ‘halkın birer dinlenme yeri’ olarak görülen kahvehaneler tekrar açılır ve yayılır (Birsal, 1983: 17).¹⁶

Kahvehanelerin örgütlenme yetisinin yanı sıra dayanışma merkezi olma potansiyeli, DP iktidarı döneminde İstanbul’a göç eden popülasyonun kümelendiği mekânlar oluşu örneğinde olduğu gibi, kente uyum süreci ve topluma entegrasyon için önem taşımıştır. “1950–1980 yılları arasında Anadolu’dan İstanbul’a göçün anlatıldığı romanlarda da kahvehaneler, Anadolu’dan göçen roman kahramanlarının kente tutunabilmelerini sağlayan önemli yerler olarak işlenmiştir” (Kurt, 2012: 201). Edebiyat ve kahvehane ilişkisinde dikkat çeken bir diğer olgu, 16. yy’dan itibaren kahve

¹⁵ Mutlak, görece ve toplumsal süreçlerle etkileşim halindeki mekân algısının beşerî coğrafya kuramları bağlamında gelişimi için (bkz. Tekeli, 2010: 82).

¹⁶ Yeniçeri kahvehanelerinin esasen ocağın ve yeniçerinin bozulmasının sonucu olarak toplumsal bir mesele ve güvenlik sorunsalı haline geldiği ileri sürülmektedir. Koçu, yeniçeriler nedeniyle bazı semtlerde sokağa çıkmanın sakıncalarından bahseder. “Her yeniçeri kahvehane yaptırıp açtıramazdı, kahvehane sahiplerinin hemen hepsi, en namli yeniçeri zorbaları idi” (2004: 121-122). Buralar, sıradan kahvehane işlevlerinin yanı sıra, “emniyeti sağlama, haraç alma, tekke görevi görme ve hatta koğuş olarak kullanılma gibi birbiriyle bağdaşmaz görünen başka faaliyetlere de ev sahipliği yapmıştır” (Çaksu, 2009: 81). Yeniçerilerin giderek güçlenmesi, aralarında kurulan bir *sebepe asabiyesine* bağlanabilir.

hakkında birçok manzumenin (söz gelimi bu yüzyılda Belîğî ve Rûhî'nin kahve hakkındaki gazellerinin varlığı ve meşhurluğu bilinmektedir) yazılmış olmasıdır. Kahve, toplumsal hayatta yer aldığı edebiyat alanında şarap imgesiyle savaşıyor ve şairler arasından her ikisinin de destekçileri çıkar (Açıkgöz, 1999: XIII-XIV).

Toplumsal örgütlenmenin sivil formu olan kafeler de, tıpkı kahvehanelerdeki gibi, boş zaman değerlendirme biçimine göre şekillenmektedir. Bu spesifik yapılaşma, belirli bir mekân, belirli bir ilgi alanı, belirli bir kitle gerektirdiği gibi ortak bir sohbet zemini ve söylem mekânı de gerektirir. Gündelik yaşamın konuşulduğu, toplumsallaşma ve bireyleşme süreçlerinin deneyimlendiği bu mekânlar insanları biçimlendirirken insanlar da bu mekânları biçimlendirmektedir. Geleneksel toplumda kapalı yapı bağlamında bir sohbet mekânı söz konusu iken modern kafelerde birey olarak toplumsallaşma ve entegrasyon imkânı söz konusudur. Esasen kent açısından bakıldığında, hizmet sektörünün gelişiminin, modern toplumsal örgütlenme açısından mekân dönüştürücü bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Kafeler, yabancılarla birlikte oturulan bir boş zaman değerlendirme formu olarak işlevseldir. Bu, lokanta ve kahvehanelerin bulunmadığı dönemlerde evlerde helva sohbetleri için bir araya gelmelere kıyasla tanıdık yüzlerle yürümeyen bir ilişki ve toplumsallaşma biçimidir (Emiroğlu, 2000: 191-192). Öte yandan kahvehanelerin kent-kır ayırımına dayandırılan bir kamusal yorumu da söz konusu olabilmektedir:

“Kahvehane, kuramsal olarak, parasını veren herkesin girebileceği ve aynı saygıyı göreceği, istediği insanla oturup istediğiyle oturmayacağı kamuya açık, kapitalist ilişkilerin geçerli olduğu bir mekân, ticari bir işletmedir. Kahve kültürü olan her şehirli, bir kahveye gidebilir. Şehrin özgürleştirici havası budur (madalyonun öbür yüzünde yabancılaştıran ve yalnızlaştıran ortam). İşte bu nedenle kahvehane, klasik köyle şehir ayırımının aynalarından biri olabilmektedir” (Emiroğlu, 2000: 193).

Modern topluma geçiş sürecinde kahvehaneler, çok katmanlı ve çok boyutlu işlevler taşımıştır. Bunlar arasında boş zaman kurumunu ilgilendirenler olduğu gibi siyaset, din, ekonomi, kültür ve iletişim gibi kurumsal yapılar üzerinden okunması gerekenler de söz konusudur. Bu bağlamda boş zaman değerlendirme, siyasî ve güncel meseleleri tartışma ve paylaşma, kültürel alış-veriş zemini olma, toplum katmanları arasında iletişim ağı kurma (Sami, 2010: 160), simgesel değiş-tokuş, folklorun aktarımında mitlerin anlatımı, üretimi ve yeniden üretimi gibi birçok işlev bu mekânlara yüklenmiştir. Kafeler, kuramsal olarak sınıfsal farklılığa dayandırılan bir yapılanmaya sahip değildir. Bir araya gelinen, sohbet edilen, gündelik meselelerin tartışıldığı ve eğlence ve dinlenme yeri olarak kullanılan mekânların herkese açık niteliği, modern toplumun açık yapısının bir uzantısı olduğu gibi burada toplumsal bütünleşme ve denetim mekanizmalarının işlerliği de söz konusudur.

Kafeler, bir tüketim mekânı olarak işlevseldir: Onlar, insanların eğlence, dinlenme, yeme, içme, sohbet, sosyalleşme, aidiyet üretimi, kimlik inşası, statü, prestij,

sınıfsal katılım vb. hayat alanını oluşturan unsurlardan biri veya birkaçı için kullanılan mekânlar olmakla birlikte aynı zamanda birer sembolik sistemdirler. Lefebvre'in deyimiyle onlar tüketim yeri oldukları gibi aynı zamanda birer tüketim nesnesidirler (Lefebvre, 1991: 352-359); çünkü kent mekânlarının simgesel değeri, onları, temsil ettiklerini tüketme eğiliminde olan tüketiciler için bir tüketim nesnesi haline getirir. Bu nedendir ki kahvehaneler (ki toplumsal cinsiyet kalıpları bağlamında ataerkil toplum yapısına daha uygundular), meşrutiyetten beri siyasal tartışmalar, güncel meselelerin analizi ve en önemlisi muhalefetin merkezi olma (söz gelimi II. Mahmut Yeniçeri Ocağı'nı kaldırdıktan sonra kahvehanelerde kümelenen muhalif popülasyonu engellemek için bir süre buraları kapatır) bağlamında simgesel bir tüketim alanı olmuş, aidiyetlere göre farklılaştırılmıştır. Böylece mekân ve aidiyet-kimlik düalitesi birbirini şekillendirmiştir; tıpkı insanın mekânı ve mekânın da insanı biçimlendirmesi gibi. Esasen toplumumuz özelinde bakıldığında kahvehanelerden kafelere giden yolda temel yapısal değişimler üzerinde inşa olan bir değişim görülebilir: Toplumsal cinsiyet kalıplarının değişmesi, tüketim toplumunun baskınlığı, emek ilişkilerinin dönüşmesi, orta sınıfın büyüyen yapısı ve sınıfsal geçişlerin güçlenmesi gibi.

Kahvehane ve kafeler birer adrestir;¹⁷ bir uğrak, toplumsallık istasyonu ve iletişim alanı olmalarının yanı başında beliren olgu, onların toplumsal yaşamın kıyısında olmadığıdır. Bir diğer ifadeyle, bu mekânlar hem bir buluşma hem de bulunma zemindir; her duruma ve günün her saatine uyan kahvenin şekillendirdiği toplumsallık ve söylem dizgesi ise modern toplumun nirengi unsurlarındandır: “Kahvehanede buluşuyoruz’ ya da ‘onu her zaman gittiği kahvehanede bulabilirsiniz’ gibi cümleler yaklaşık 300 yıldır toplumsal yaşamın demirbaşısıdır” (Heise, 2001: 109). Gündelik yaşam pratikleri içinde açık mekân olarak kahvehaneler (mimarî özellik bağlamında çoğunlukla kentin kamusalından izole edilmeyen bir yapıya sahip olma anlamında) kişiyi topluma entegre etme sistematığında önemli seküler bir alan olarak işlev görmekte ve bu önemini, gelip geçenlerin uğrak yeri olmasından çok müdavimleri sayesinde inşa etmektedir (Sami, 2010: 163).

Sınıfsal açıdan bakıldığında kahvehanelerin eskiden beri alt ve orta sınıf için bir toplumsallık alanı olduğu görülmekte ve onlara atfedilen önem de sınıfsal algı bağlamında farklılık arz etmektedir. Selamlık, helva sohbetleri mekânları gibi yerlerde, yani kendi özel ve sınıfsal mekânlarında eğlence ve toplumsallaşma pratiğini tercih ve tecrübe eden elitler, kahvehanelere öteden beri tembellik vb. olumsuz niteliklerle yüklü bir rezervle bakmışlardır. Nitekim IV. Murat'ın kahvehaneleri kapatırken buraların tembellik ve eğlenceye düşkünlük gibi olumsuz fonksiyonları olduğu argümanını öne sürmesi, bu anlamda algı şeması için fikir vericidir. Nitekim

¹⁷ Kırdan kente ilk göç dönemlerinde (1950 sonrası) özellikle okur-yazar olmayan kesim için kahvehaneler hem mektup yazdırdıkları hem de mektuplar için adres verdikleri bir yerdi. Öte yandan buralar iş ve işçi bulma mekânı olarak işlev gördüğü gibi aradığını bulma mekânı olarak da işlev görmüştür (bkz. Kurt, 2012: 208). Heise, *Hanem kale'mdir*, (My house is my castle) sözünden naşi, *kahvehanem kale'mdir* düşüncesinin 17-18. yy Avrupa'sında egemen olduğunu belirtir (2001: 141). Esasen, kahvehanelerin 17. ve 18. yy'da gazete, 18. yy'da okuma odası, 19. yüzyılın ikinci yarısında büyük okuma kafeleri gibi toplumsallık üretimleri söz konusu olmuştur. Bu tür bir kültür taşıyıcılığı Avrupa burjuvasının oluşumunda da etkin olmuştur (s.150).

Cumhuriyet'in kurucu eliti de kuruluş döneminde kahvehaneleri ciddi biçimde eleştirmiş, asrî kahvehaneler projesi gibi teşebbüsler sergilemiştir. Bu eleştiri, kahvehanelerin Şark zihniyetine dayandığı ve inşa edilen yeni toplumun aradığı dinamizm ve kişilik modeline set olduğu algısına dayanır: "Cumhuriyet'in inşasını takip eden ilk yıllarda kahvehanelerin temizliği, mimari özellikleri ve yerel halkın zamanını miskin bir şekilde öldürmesi gibi gerekçelerin yanında, o günün kahvehanelerine yöneltilen en büyük eleştiri; bu mekânların "devrim hızına" ayak uyduramamaları" vurgusuyla ortaya konmuştur (Sami, 2010: 164; Ayrıca bkz. Öztürk, 2005: 127, 483-484).¹⁸ Esasen Cumhuriyet, ulusal mücadelenin örgütlendiği mekânlar (Öztürk, 2005: 46) olan kahvehaneler üzerindeki denetimlerini daha çok dönüştürme bağlamında yürütür. Cumhuriyet yeni bir toplum inşa ederken üretken bir popülasyon ve modern bir örgütlenme biçimi tercihinde bulunur. Bu bağlamda Osmanlı'dan Batı'ya giden ve ilk olarak Kırım Savaşı esnasında yeni formuyla geri gelip İstanbul'da açılan ilk modern kahvehaneler, modernleşme nesnesi haline gelmeyi temsil etmektedir (s.111).

Modernleştirme, bedensel ve zihinsel olarak sağlıklı nesillerin (modern bireyin) yetiştirilmesine engel olan tembellik yuvalarının da modernleştirilmesi için fikir yürütmelere, modern fennin icaplarına göre biçimlendirme gereklerinin dile getirilmesine neden olur. Böylece kahvehanelerin asrileştirilmeleri söz konusu olmuş, yerel yönetimin denetiminde ve örnekliğinde asrî kahvehanelerin ortaya konması için bir mekânsal dönüşüm projesi yürütülmüştür. Bu, radyo ve kütüphane bulundurma ve oyun, sigara gibi farklı etkinlikler için ayrı mekânlar inşa etme anlamına gelir. Böylece yeni Türkiye'ye yakışan mekânlar inşa etme girişimi ortaya konmuştur. Mezarlıkların bile asrî olduğu bir dönemde bu büyük toplumsallaşma mekânları dışarıda bırakılmamıştır (Öztürk, 2005: 112-120). Cumhuriyet, ideal köylü yurttaşın inşasında üretken ve verimli bedenlerin biçimlendirilmesinde kahvehanelerin modernleştirilmesi gereğini de (ağırlıklı olarak tarıma dayanan ekonominin aktörlerini dikkatle gözetleyerek) dile getirmiştir (s.492).

Modern toplumun direngen toplanma formüllerinden biri, kitap çerçevesinde (kitabevi, kıraathane, kafe vb.) bir araya gelme pratiğine dayanır. Bu açıdan bakıldığında özellikle Tanzimat'tan sonra açılan sahaflar, süreli yayın merkezleri vb. mekânlar, 'entelektüel' birliktelik için bir alan sunmuştur. Meşrutiyet'ten sonra kurulan sivil alanlar (kulüpler, cemiyetler, gazeteler, selamlıklar vb.) siyasal edimler için bir zemin oluşturmuş ve "kahvehaneler partizanlığa göre" paylaşılmıştır. Bu durum, '80 öncesindeki siyasal eylemlerin fikir mekânları (Emiroğlu, 2000: 217) olarak iş gören kahvehanelerde görüldüğü gibi kuruluşundan beri bu tür bir araya getirme pratiğinin mekânları siyasal söyleme hizmet edecek biçimde bir toplumsallık

¹⁸ Kahvehane ve kafelerin edebiyatla organik bir bağı vardır. Birsal (1983: 1), "[k]ahveler edebiyatçıların bir ikinci kişiliğidir" derken hâkim bir toplumsallık biçimini dile getirmektedir.

üretmiştir. '80 sonrasında bu entelektüel bagajlarından arındırılan ve edebiyat vb. kültürel ve fikrî tartışmaların ve aktörlerin uzaklaş(tırıl)masıyla gelinen noktada işlevsizleşen kahvehanelerin yerini yavaş yavaş daha modern ve Batılı olan kafe ve restoranlar almış, '90 sonrasındaki dönüşümle gençler ve kadınlar için de yeni mekânlar olarak kafeler olgusunun biçimlenmesi söz konusu olmuştur (Öztürk, 2005: 25-26; 248-266). Yeni mekânlar, sınıfsal mekânlar olarak, yani modern toplumun tabakalaşma olgusu olan ekonomik temelli sınıfsal yapıya dayanılarak, inşa edildikleri için geleneksel toplumun kısıtları (statü, yaş, cinsiyet, ırk, din vb.) burada hükümsüzleşmiştir. Tüketim toplumunun temel yasası burada da egemen olmuş ve mekân ve hizmeti satın alınacak ve tüketilecek birer somut ve simgesel değer olarak sunmuştur.

Mekân, bir aidiyet ve kimlik zemini olarak işlev görür. İlişki modelleri, fikir alış-verişleri, toplumsallık deneyimleri ve toplumsal cinsiyet kalıplarının üretim ve yeniden üretimi gibi kültürel birimlerle dolu mekân bagajının doluluğu, modern kentlerin özniteliklerindedir. Modern toplum, farklılaşma ve uzmanlaşma bayrağının gölgesinde şekillenir (bkz. Eisenstadt, 2007); aynı şekilde kafeler de bu farklılıkları taşıma pratiğiyle yüzleşmek durumundadır. Bu nedenle kendi içinde benzerlik üzerinde kurulsalar da farklılık, onlar için söylem ve pratik üretmeleri gereken bir olgudur. Kafeler, bütün modern toplanma mekânları gibi, bir dil ve söylem geliştirirler ve burada aidiyetlerin ve kimliklerin temsil biçimlerine yönelik teknikler ve politikalar ortaya konulur. Foucault'cu bağlamda bir mikro iktidar ve söylem siyaseti buralarda belirginleşir ve toplumsal cinsiyet kalıplarıyla birlikte şekillenen bir toplumsallık ve kamusal bağlamı oluşur. Bu bağlamda dilin de dâhil olduğu bir sembolik sistemin inşası da söz konusudur. Baudrillard'ın mekâna yüklediği simgesel değer ve anlam, bu çerçevede, yeni toplumsallık için açıklayıcı bir unsur olabilir. Böylece simgesel egemenlikte mekân da kimliğin ifadesi için bir birim haline gelmektedir. Meseleyi biraz tarihî gelişim çizgisinde ele aldığımızda karşımıza Habermas'ın kamusal oluşumunda bir araya gelen mekânların tartışma, sohbet vb. söylem pratiklerine dayandırdığı modern toplumun oluşumundaki (rasyonel) kaynaklar çıkmaktadır (bkz. Habermas, 2005).¹⁹ Şerif Mardin de bu tür bir yaklaşımla kahvehane, gazete vb. unsurların kamu oluşumuna etkisini Osmanlı özelinde ele tartışır.²⁰

Fatih At Pazarı: Yeni Müslüman öznenin görünürlüğü

Fatih At Pazarı'nın tamirhanelerden ve boş/izbe mekânlardan oluşan eski çehresinden cazibe merkezi haleni gelmesi, Fatih Belediye'sinin projesi sayesinde. Onun kadim varoluş biçiminin günümüze taşınan simgeleri olarak Fatih semtinin pazarları, günümüz Türkiye'sinde kültürel yeniden üretim dinamiğinin İstanbul

¹⁹ Kamusal alan tartışmalarının geniş boyutu, bu makalenin sınırlarını aştığı için gereklilik dışında tartışmaya dâhil olunmayacaktır; fakat kısaca belirtecek olursak, Habermas'ın rasyonellik üzerinden yaptığı Batı kamusalılığı okumasına karşın, "heterotopinin, teatralliğin, oyunculuğun, estetiğin ve karnavaleskin alanı" olarak da görülmesi gereken kamusalılık, Osmanlı'da kahvehane tekilliğinde de söz konusudur (bkz. Kömeçoğlu, 2009: 46, 68, 71).

²⁰ Mardin'in analizine örnek için (bkz. Mardin, 2011: 7-24).

özelinde etkin birer unsurudur.²¹ Osmanlı şehrinin dokusunun bir özelliği olarak pazar yeri, geçmişin toplumsallığının inşasında, dolaşıma konulmasında ve tüketilmesinde başat alanlardandır. Bu bağlamda toplumsal yapının ve kültürel sistemin kodları üretildiği gibi erkeklik ve kadınlığın da toplumsal inşası söz konusudur. Böylece semtin Kadınlar Pazarı'nda (semt kadınlarının alışverişte başat olduğu alan/çarşı) geçmişte üretilen toplumsal cinsiyet rollerinin motifleri toplumu biçimlendirmede nasıl etkin olmuşsa At Pazarı'nda üretilen motifler de erkeklik tanımlanmasında öylece etkin olmuştur. Atların pazarlandığı bir alan olarak uzun dönem işlev gören At Pazarı, yalnızca bir alışveriş mekânı olarak görülmemelidir. O da, tıpkı birçok pazar yeri gibi, toplumsal davranış kalıplarının, denetimin ve kültürel örüntülerin işlevsel olduğu yer ve böylece gündelik yaşamın biçimlenmesinde etkin faktörlerden biri olarak görülmelidir. At Pazarı'nın mekânsal dönüşümü, onun günümüzde kafe ve restoranlarla donatılmasına imkân verir. Bu imkânı kültürel kodlarla biçimlendirmeyi, yani tematik bir sokak inşasını, tercih eden işletmeciler de (Eski Kafa gibi) özelde kültürlü bir özneye yani entelektüel, yazar-çizer, elit ve üniversite öğrencisi gibi kesimlere hitap etmeyi seçmiştir.

Gündelik yaşam ve toplumsallaşma mekânları açısından bakıldığında onların eğitsel alanla olan ilişkisi, hem sivil hem de resmi denetim mekanizmalarının bu konuda işlevselleştirilmesini beraberinde getirmiştir. Bu bağlamda bir dönem aylıklık mekânı vb. olumsuz işlevlerle tanımlanan bu mekânlar (özelde kahvehaneler) hem Osmanlı hem de Cumhuriyet döneminde resmi ve toplumsal biçimlendirmelere tabi tutulmuştur. Söz gelimi İttihatçılar zararlı kurumlar olarak gördükleri kahvehaneleri dönüştürmek için kıraathaneyi (yani eğitsel boyutu) tercih etmiş ve "II. Meşrutiyet'in ilanından sonra, kahvehane ismini yasaklayarak 'kıraathane' ismini yaygınlaştırmak istemişlerdi" (Ayvazoğlu, 2012: 162).²² Kahvehanelerin kuruluşundan itibaren sivil bir alan olarak görülmesi, oraların devlet-toplum ilişkisini yansıtan, biçimlendiren mekânlar olması sonucunu da doğurur. Bu nedenle, "siyasal iktidar, kahvehanelerde üretilen sohbet, Karagöz, oyun gibi insan faaliyetlerini ve ilişkilerini denetim altına almak için, bu mekânları kapatmaktan, içerideki ilişkileri yasaklamaya veya denetlemek için hafiye bulundurmaya kadar çeşitli çabalara girişmiştir" (Öztürk, 2005: 20).

²¹ Bugünkü Fatih semtinin tarihî mirası, bu mekânın kültürel merkezlik açısından önemli bir geçmişe sahip olduğunu gösterir. Söz gelimi Şehzadebaşı'nın 19. yüzyılın ortalarından II. Dünya Savaşı dönemine kadar "İstanbul'un eğlence ve kültür hayatında en önemli merkezlerden biri" olduğu bilinir. Bazılarının Beyoğlu'yla kıyasladığı bu kültür mekânı, şehrin belleğinin üretiminde önemli bir mirası barındırmaktadır (bkz. Sökmen, 2011: 172).

²² Bu eğitsel yapı, entelektüellerin takıldığı mekânların da başatlığıyla birlikte artık oralar da birer akademi olarak görülmüş, Sait Faik gibilerince 'Kıraathaneye gitmemiş bir üniversitelinin tahsilini yarım sayarım' söylemlerinin sarfına neden olmuştur (Ayvazoğlu, 2012: 181). Avrupa'da bir penny verenlerin girebildiği ve istediği kadar kahve içebildiği yer olarak tanımlanan mekânların *penny üniversitesi* (haberlerin ve entelektüel tartışmaların olduğu yer) olarak adlandırılması da bir başka örnektir (Baktır, 2008: 153).

At Pazarı'nın başat niteliği, 'yeni' Müslüman öznenin, özelde gençlerin, toplumsallık ihtiyaçlarına mekân sunumunu üstlenmesidir. Belediye tarafından dönüştürülmesinden sonra özelde gençlerin (üniversite öğrencileri ağırlıklı olmak üzere) eski İstanbul'un (en eski yerleşim birimlerinden birinin) belirgin bir mekânında Osmanlı mirasının kodlarının kültürel ürünlere aktarılmaya çalışıldığı (avize, mekân ismi vb. yollarla) alanlarda kültürel yeniden üretim sürecine dâhil olmalarına imkân tanınmış ve gençler de kadim ve cedidin bulunduğu bir mekânda ontolojik yolculuklarında bir uğrak olarak burayı tercih etmeye başlamıştır. Esasen At Pazarı mekânlarının çeşnisi, onları kendi farklılıklarını görünür kılmaya yöneltmiştir. Böylece odağa alınan kültürel bagajın mekâna yansıtılması, yan yana farklı dünyaların oluşturduğu bir coğrafyanın oluşmasına imkân vermiştir. Sokağın dönüştürülmesinden sonra trafiğe kapatılması, onun tematik yapılandırılması için ayrı bir imkân tanımıştır. Böylece bir anlamda geçiş değil uğrak üzerine inşa edilen ontolojisi, sokağın kültürel donatımını da etkinleştirmiştir. Bu yalıtılmış tematik toplumsallık alanları, özelde gençler, genelde alternatif bir kamusal alan arayışında olanlar için bir seçenek üretmiştir.

At pazarının yeni Müslüman özne görünürlüğüne 'mahalle' tartışmasıyla anlayanlar "Kabul edelim, herkes kendi mahallesinde sosyalleşmekten yana. Bunda da -bana sorarsanız- tuhaf bir durum yok. Çünkü seninle az çok aynı yaşam tarzını benimseyenler nereye gidiyorsa sen de ister istemez oraya sürükleniyor, vaktini orada geçiriyorsun" (Baştürk, 2012) yorumuyla yeni toplumsallıkların belirginleşen mekânını tanımaya çalışmaktadır. Bu alkolsüz mekânlar, karşı mahalle²³ olarak anlaşılma ile beraber açık bir sisteme sahiptirler. Bu açıklık, temelde oradaki tüketim pratiğinin yaygın olabilme potansiyeline (herkes kahve veya çay içebilir) sahip olmasına dayanır. Fakat örgütlenme tarzı ve müdavimleri açısından bakıldığında bu alkolsüz mekânlardaki grupsal hareketlerin benzer dünya görüşüne sahip olanlardan oluştuğu, fakat tekil katılımlarda bu benzerliğin başat olmadığı anlaşılmaktadır. Özellikle kahvehanelerle biçimlenen toplumsallığın erkek egemen formdan kurtuluşu sağlayacak ara bir form olarak güvenli bir mekân bağlamında sosyalleşme imkânı bulan genç kızlar ve kadınlar açısından bu tür bir alanın inşası, ayrı bir önem taşımaktadır. Erkek egemen toplumsal görünürlüğe karşıt olarak kadınların belirginleşme imkânı bulduğu bu alanlara gitme fırsatı da entelektüel alt zeminini kuran gençler için daha olasıdır. Esasen benzer birçok mekân İstanbul'un değişik yerlerinde kafe biçiminde işletilmektedir;²⁴ buranın ana farklılığı, tercihli dekorasyonlara sahip alt kategorilerden oluşması ve bir sokak olarak geniş bir havza oluşturmasıdır. Kadın erkek ayrımı olmadan (kahvehane gibi) toplumsallık formu taşıması, kafelerin gençlere hitabındaki önemli bir diğer etkidir.

²³ Kafeler konusunda ilk çalışmaların sahiplerinden Kömeçoğlu (2012: 94), *karşı mekân* tanımını tercih eder.

²⁴ Konuya ilişkin ilk çalışmalardan biri için (bkz. Kömeçoğlu, 2001). Kömeçoğlu, tikel kamusal bağlamında dağınık yapılanma olarak kafeleri merkeze almıştır. At Pazarı örneği, bir sokağın biçimlenmesi olarak yeni bir olgudur.

Toplumsal yapı ve bireysel bilinç, toplumsallaşma mekân ve biçiminin şekillenmesine etki ettiği içindir ki kahvehaneler, geleneksel toplumun kategorik hiyerarşisinin sınırlarının korunmasına yönelik güçlü güdüyle meslek ve konum (yöneten ve yönetilen gibi) bağlamında (Sökmen, 2011: 40-58) bir farklılaşmayla birlikte görünürlük kazanmıştır; benzer şekilde kafeler de genel anlamda farklı tercihlere yönelik tematik bir yapılanmaya gitmiştir. Böylece belirli mekânların yüklendiği kodların farklılaşan portreler olarak görünür olması, bazı bölgelerde sokak veya geniş mekân bağlamında bir biçimlenmeye neden olabilmektedir. Söz gelimi, eskiden aydınların gittiği kahvehaneler söz konusu olduğu gibi bugün de aydınların gittiği kafeler söz konusudur. Aydınların bir araya gelişini sağlayan toplumsal koşullar 19. yüzyılın ortalarında değişen yapı ve kültürle ilişkili olduğu gibi günümüz yeni Müslüman öznenin (araştırma özelinde bakıldığında) bir araya geliş ve toplumsallık kalıplarının değişimi (özelde kentsel heterojenliğe de açık bir yapıya doğru yönelimi de içinde barındırması) de yeni toplumsal koşulların belirleyiciliğini taşımaktadır. Tanzimat'ın modernleşme hareketiyle birlikte, artan yazılı basın (ve metin) ve yeni sınıflar (memur, bürokrat vb.) mekân biçimlenmesinde yeni taleplerle ortaya çıkmıştır (ss.65-67).²⁵

Tanzimat sonrasında ortaya çıkan pastane, tiyatro ve kafe gibi mekânlar, kadınlar için bir toplumsallaşma mekânı olarak belirir; fakat kahvehane hâlâ onlara kapalıdır. '68 kuşağıyla birlikte yeni nesil, özellikle sol tandanslı platformlar, kızlı-erkekli örgütlenmelerini kahvehaneler üzerinden yürütmüştür. '80 sonrasında ise politik başatlıktan uzaklaşan "kahvehaneler 'lumpenlerin yatağı' haline gelmeye başlamıştır ve '1990'lara gelindiğinde Avrupa tarzı kafelerin sayısı artmaya başlamıştır" (Öztürk, 2005: 25-26). Küreselleşmeye entegre olan Türkiye'de '80 sonrasında başlayan ve 2000'lerde devam eden toplumsal taleplerin görünürlüğü ve simgeselleşmesi dönemi bağlamında yeni kafe formlarında *okumuş çocuklar* başta olmak üzere kentsel hareketliliğin aktörlerinin mekânı şekillendirmesi söz konusu olmuştur.

At Pazarı'ndaki kafe ve restoranların kültürel olarak durduğu yer, geç modern dönemin getirilerinden ayrı düşünülemez. Aynı şekilde buraları yalnızca bir tüketim mekânı olarak görmek hatalı olur; kafeler de tıpkı ataları olan kahvehanelerin belirli formları gibi, söylenecek sözü olanların kendilerini ifade ettikleri mekânlar olarak görülmelidir. Nasıl ki ataları, modern toplumsal kültür ve yapının oluşumunda etkin olmuşsa günümüz kafeleri de konferanslar, sergiler, söyleşiler vb. etkinliklerle ve sohbet ortamıyla kültürel üretimin kaynaklarından biri olarak etkinlik göstermektedir (Sökmen, 2011: 218). Böylece toplumsalın yeniden üretiminde etkin olan bu yeni

²⁵ Tanzimat'la birlikte Avrupa'ya giden bürokratlar, orada entelektüellerin toplumsallık mekânları olarak kahvehanelerin yeni formunu deneyimlemiş ve yurda dönüşte de bu form arayışına girmiştir (Sökmen, 2011: 68, 212). Bu durumun en net göstergesi, ilk kıraathane olarak Sarafim'in açılması ve Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye'nin bir kıraathane açmasıdır (Ayvazoğlu, 2012: 160-161).

alanlar, sivil kültürel sistematüğın de önemli unsurlarından biri olmaktadır. At Pazarı özelinde bakıldığında, '90'lara kadar İstanbul'un kentsel ve demografik yapısının getirdiğı dönüşüm sonucunda değışen kültür merkezleri, '90'lı yılların sonlarına doğru yeniden şekillenen mekânlarla farklı bir sürece girmiştir. Demografik yapının zorlamasıyla dağılan merkezilik yapıları, bölgesel ve dağılık tekil kafelere doğru dönüşüm getirmiş, 2000'li yıllarda tekrar sokak ve cadde odaklı yapılanmalara yönelen bir eğilim sergilenmiştir.

At Pazarı'nın metafizik anlam evreni, 80 öncesi dönemlerde Akıncılar gibi gruplar için odak ve sonraki nesiller için bir toplanma yeri olması gibi olgular üzerinden okunduğunda günümüzde bu mekânların tüketiminin belirli bir kod sistemine matuf olduğı anlaşılmaktadır. Tasavvufun toplumsal hafızada tasavvufi köken olarak kahvenin çoğunlukla Şeyh Şazeli olarak zikredilen dinî öndere atfedildiğı görülmektedir. Bu atfın Osmanlı ve günümüz için bazı kitleler tarafından kullanıldığı dile getirilmektedir. Hatta bu algıya dayanan bazı kahve sohbet ve ritüellerinin yapıldığı anlatılmaktadır. Bu kökensel algı, Osmanlı kahvehanelerinin duvarlarında 'Ya Hazreti Şeyh Şazeli' levhalarının asılmasını pratiğinde görüldüğü gibi toplumsal hafızanın önemli bir kahve bileşenidir.²⁶ Bu pir ve üstat geleneğı, pratiğın meşruluğunun yanı sıra toplumsallığın da kutsalla ilişkilendirilmesini sağlamaktadır. Bu etki, bazı grupların sabah namazından sonra kahvehanede bir araya gelip sohbet etmesi örneğinde olduğı gibi bir toplumsallık örüntüsü ortaya koyar.

Kafelerin tercihi

Eski Kafa, Bab-ı Yaren, Lena, Derviş, Dersaadet, Beyrut, Bezm-i Safa... Bunlar At Pazarı'ndaki işletmelerden bazıları. İsimlerinden de anlaşıldığı gibi onların biçimlendirilmesinde etkin olan referans sistemi, 'alternatif kafe' motifine dayanan ve Osmanlı-İslam kültürü kadar kadim, günümüz güncel pratikler kadar cedid bir terkiptir. Bu terkip, sokağın girişindeki eski model kahvehaneden (Dayılar'ın mekânı) tasarlanmış kafelere kadar yayılan çeşniyle de somutlaşır. Özenle dekore edilen ve isimlendirilen mekânlar, yeni toplumsallık mekânlarının ve toplumsal cinsiyet kalıplarının biçimlendirilmesinde de tüm cinsiyetler için üretim gerçekleştirmesi, onların yeniyile olan güçlü bağının işaretidir. Terkip, esasında üst çerçevede yeni Müslüman özne görünürlüğünde birleşen işletmelerin alt kategoride ekolleşmesini (ki bu da çoğulculuk üzerinden söyleme taşınır) deneyimler. Söz gelimi Dersaadet, Millî Görüş ekolü için öncelikli mekân tercihidir. Eski Kafa, "daha entelektüel ve yaş ortalaması yüksek insanlara" hitap ederken Beyrut, söyleşi ve politik tartışmaları tercih edenler için (karşı yakanın gençlerine de hitap eden) anti-kapitalist bir duruşun mekânıdır. Lena Kafe ise gençlerin ve özellikle (politik tartışmaya girmeyen ve diğerleriyle farklılık arz ettiğini belirtmek isteyen) kadınların tercih ettiğı mekândır. Genel anlamda bu mekânlar muhafazakâr kadının sosyalleşme mekânı olarak

²⁶ Kahveci duası olarak asılan bir beyit: "Her seherde besmele ile açılır dükkânımız/ Hazreti Şeyh Şazeli'dir pirimiz üstadımız" (Pala, 1998). Gelenekten uzaklaşan ve kahvehaneden kafeye yönelen batıcı algının pratiğı çarpıtması, ironik eleştirilere muhatap olur (bkz. Demir, 2009).

görülmektedir: “Genç Müslüman kadınlar açısından bu cafeler kendi saiklerinden vazgeçmeden kendilerini kamusal alanda var etme çabasının bir sonucu. Kendileri gibi düşünen insanların toplandığı bir alan” (Mendillioğlu, 2011: 2).

Simgesel sistem oluşturma, zayıf da olsa başlangıçtan itibaren kafelerce sürdürülen bir edimdir. Bu bağlamda, söz gelimi Beyrut’un kendine has bardakları, onun simgesel bir yapıya olan referanslarından biridir. Bu tür bir tercih ve farklılaşma, fincanların kahve kültüründe taşıdığı simgesel değeri anımsatmaktadır. Fincanların bir zamanlar zarafet, güç ve servet gibi iyeliklerin göstergesi olarak kullanıldığı bilinmektedir (Ayvazoğlu, 2012: 51). Kafelerde günümüzde tertip edilen söyleşilerin, bu mekânların atası olan kahvehanelerdeki hikâye anlatım pratiğinin entelektüel dönüşümü olarak okunabilir. Özellikle geleneksel toplum yapısının hâkim olduğu dönemlerde destanlar, aşk hikâyeleri, millî ve dinî hikâyeler bir söyleşi gibi anlatılırdı. Günümüzde ise ortak alan olarak güncel meseleler tercih edildiği için (kolektif bellek kodlarının üretim ve yeniden üretimini, bu anlamda homojen mitolojisini, bu mekânlar üzerinden üretilmediği için) mekân siyasası da bu ölçekte biçimlenir. Böylece azınlıklar meselesi etrafında yapılan bir söyleşi, Yusuf ile Züleyha, Aslı ile Kerem hikâyesinin aktarımının yeni formu olarak işlev görür. Esasen kahvehanelerin edebiyatla olan ilişkisi,²⁷ torunları olan kafelerin de belleğini biçimlendiren bir olgudur.

At Pazarı kafelerinde (bilhassa Beyrut özelinde) söyleşi, sergi, röportaj ve imza günü gibi kültürel etkinliklere ev sahipliği de tercih edilmektedir.²⁸ Bu tür etkinlikler ve dolayısıyla onları tercih eden kitlenin niteliği de bu bağlamda kültür odaklı olarak tanımlanmaktadır. Böylece yeni kamusal mekânlar arayışında olan ‘yeni’ Müslüman öznelerin durumu, mekânla özdeşleştirilerek medyaya aktarılır: “Genelde ‘okumuş çocuklar’ın bir araya gelip kültürel muhabbetlerine mekânlık ediyor buradaki kafeler.” Kafelerin biçimlendirilmesinde ‘sohbet’, ağırlıklı temalardandır. Böylece toplumsallık üretiminde ve yeniden üretiminde etkin olacak kültürel alışverişlerin merkeze alındığı bir iletişim modeli tercihiyle yürütülen mekânlar, birbirleriyle rekabetlerinde de kadim veya cedit gibi belli motiflerle biçimlendirilmektedir. Referans grup veya kültürel kod seçimi kafelerin isimlerinde de etkin olur. Söz gelimi Beyrut ismini tercih eden işletmeci, bunun gerekçesini şöyle aktarır: “Beyrut’un dünyadaki yeri, sahip olduğu çok renklilik bize çok çekici geliyordu. İçinde Doğu’yu ve Batı’yı barındırması orayı özel kılan bir durum. Kafemizin de böyle bir yer olmasını istedik.” “Bu arada Zaman Gazetesi foto muhabiri Kürşat Bayhan’ın 2006’da İsrail işgaline uğrayan Lübnan’da

²⁷ Her nitelikli mekân örgütlenmesi gibi kahvehane ve kafelerin kültürel ve bilimsel unsurlarla olan teması, onların meşruiyet zemininin de inşasında etkin olur: “Başından beri, bazı kahvehaneler ilim adamları, sanatçılar ve aydınlar tarafından tercih edilmiş, ‘mecma’-ı zurefa’ ve ‘mekteb-i irfan’ olarak görülen bu kahvehanelerde içilen kahveye ‘ehl-i irfan şerbeti’ denilmiştir” (Ayvazoğlu, 2012: 158).

²⁸ Heise (2001: 188), bu tür etkinliklerin kahvehaneleri taklit veya mitolojik bir inşa olarak değil, rekabet ortamında hayatta kalma ve edebiyat sektörüyle olan eski bağı yeniden güçlendirip kültür taşıyıcısı unvanını koruma amacına dayandığını belirtir. Bu, eğlencelerdeki geleneksel ve modern birçok oyun türünün sunumunda da belirgindir. Kafe(ve kahvehane)lerin esnek yapısı, onların dönüşümlerle hayatlarına devam etmelerini sağlamaktadır.

çektığı 'mavi emzikli bebek' fotoğrafı da işletme için isim konusunda mühim bir ayrıntı olmuş" (bkz. *Bir kafe var*, 2011).

Gereğinin kültür ve medeniyet merkezli bir referansa dayanması, dahası Osmanlı çoğulculuğuna bir anlamda Beyrut'un (eski) payitahta getirilerek yaklaşılması, oluşturulan mekânların birer işletme olmaktan öte toplumsallığın üretilmesinde etkin olan birer pazar (insanların alış-veriş için bir araya geldiği -ki buradaki alış-veriş kültürel) olmasını dile getirir. Pazar kavramının alana hâkim olmasının inceliği de insanların bir şeyler almaya geldiği bir mekânı temsil etmesi bağlamında sembolik bir önem taşır. Esasen inşa edilen görsellik, mekân tüketimi açısından önem taşır; çünkü Urry'nin analizinde de belirttiği gibi mekânlar '70 sonrası dönemin dönüşümleri çerçevesinde özellikle görsellik bağlamında bir tüketim objesi olmuştur (Urry, 1995: 2).

İşletme sahiplerinin demografik yapısına bakıldığında içlerinde üniversite mezunları (avukat vb.) olduğu gibi nam sahibi eskiler de bulunmaktadır. Böylece talep farklılıklarına da imkân tanıyan bu çeşitliliği tamamlayan önemli bir ayrıntı da (gözlemlerimiz sırasında sandalyelerini evden alıp kapılarının önünde toplumsala eklemlenen) mahalle sakinlerinin sohbet dâhil olan manzarasıdır. Onlar, öncesinde pek de sokağa eklemlenemedikleri bu mekânda şimdi kendi özelinden vazgeçmeden dâhil olabilmeye imkânına sahiptir. Kafelerin kimisi için (Beyrut gibi) tamamlayıcı unsuru kitaptır. Fakat kitap, burada yalnızca bir aksesuar veya cazibe aracı bağlamında bir araçsallıkla yorumlanmamalıdır. Kitap, Cihangir gibi kültürel mekân üretiminin sağlanmasında ana dinamik olarak görülmektedir. Hem hedef kitlenin entelektüel kesim olması hem de kafe-kitap birlikteliği, Fatih'in İstanbul için 'alternatif' ve yeni bir mekân olarak inşasına yönelik bir çabadır.

Kafelerin yapısal özellikleri de kadim ve cedidin birleştirilmesi ve huzur (ki bu, sohbet için gerekli aralan olarak okunmalıdır) veren bir form tercih edilmekte, sükûnet de tamamlayıcı bir kod olarak eklenmektedir. Taş yapıların ve kültürel değeri tarihî mirasa da dayanan nesnelere tercihi, bu bağlamda işlevseldir. Hem beden hem de ruhun beslenmesi amaçlanmaktadır: Kafe bedensel ihtiyaçlar için bir uğrak yeri iken kitap salonları (köşeleri) ise manevî ihtiyaçlar için bir uğrak alanıdır. Fakat burada tercih edilen tüketim, haberdarlık ve birliktelik üzerine inşa edilir. Söyleşi, sergi vb. organizasyonlar kültürel aktarım ve üretim için sosyal bir mobilizasyon kaynağı olmayı hedeflemektedir. Esasen ilk bakışta (hem Fatih semti olması hem de kitlenin nitelikleri) muhafazakâr bir niteliğin baskın olduğu düşünülse de farklı düşünceler içeren kitapların ve farklı işletme tercihlerinin bulunması, özünde 'çoğulcu' bir yapının arzulandığını tasvir etmektedir. Bu algı, 17 çeşit dünya kahvesinin bir menüde yer almasında da kendisini göstermektedir (bkz. *Bir kafe var*, 2011).

Roni Margulies'in, Rober Koptaş'ın, Ferhat Kentel'in ve Yıldız Ramazanoğlu'nun konuk oluşu örneğinde olduğu gibi, çeşitlilik pratiğe de yansır. Dinleyicilerin arasında tesettürün görünürlüğü de mekânın kitlesi için fikir vericidir. Yeni öznellik durumunun aktifliği burada belirginleşir. Esasen, tesettürün kamusal

alandaki görünürlüğüyle birlikte birey, toplumsallığa katılımıyla örtüşen uygun kamusal davranış kalıpları sergilemektedir (Kömeçoğlu, 2012: 96).²⁹ Kamusala katılımı gerçekleştiren toplumsallık biçimleri, Goffman'ın gündelik yaşamda benliğin sunumunda rol ve dil gibi birimlerle ortaya koyduğu dramaturjik anlatının işaret ettiği bir sunum söz konusu olur ki bu da yeni toplumsal kalıplar anlamına gelir (Goffman, 2012). Yeni İslami öznenin kafelerde kahve tercihinin tamamlayan pratiklerin içinde (başka formatlarda görülen) fal baktırma pek yoktur. Esasen, genel anlamda bakıldığında fal, belli dönemlerde genel bir yorum sistematiği olarak kahveyle birlikte yürütülen etkinliğe dönüşmüş,³⁰ bazı modern kafeler de bu geleneği canlandırmakla (bir eleman tahsisıyla) müşteri kitlesini artırma stratejisi gütmüştür.

Kafeler yalnızca dinlenme ve eğlence yeri olarak işlev görmemektedir. Kültürel ve sanatsal olanların yanı sıra bu mekânlar, söz kesme ve doğum günü kutlama gibi etkinlikler için de tercih edilmektedir. Böylece hayatın birçok alanı için (ki nişan gibi dönüm noktaları, hafıza için kalıcı izler üretme anlamına gelir) tercih edilen bu mekânlar, gündelik yaşamın üretiminde etkin olduğu gibi biyografik notların da şekillenmesinde etkin olmaktadır. Gündelik yaşamın yanı sıra sosyal ve siyasal meselelerin de (özellikle kütüphanesiyle mekân sunabilen Beyrut'ta) konuşulup tartışıldığı görülmektedir. Konulara bakıldığında 28 Şubat gibi yakın dönemdeki siyasal ve 'Türkiye'de etnik kimlikler ve vatandaşlık' benzeri yapısal konular olduğu gibi Arap Baharı olarak tanımlanan son gelişmeler de ele alınmıştır. Türk sanat müziğinden fasılların dinleti olarak (düzenli bir biçimde) sunulması, kültürel formun yanında sanatsal forma da yönelindiğini göstermektedir. Çocuklara yardım gibi alanlarda toplumsal dayanışma çağrısının dile getirilmesi de toplumsal sorumluluk bağlamında bir aktör olarak işlevsel kılınan işletme modelini somutlaştırmaktadır. Sergiler açısından bakıldığında içlerinde Van depremi fotoğraf sergisi olduğu gibi Kenya mülteci kampı fotoğraf sergisi de bulunmaktadır. Böylece yerel ve evrensel arasında bir bellek bağı kurulmakta ve kadim ve kuramsal konuların yanı sıra güncel meseleler de ele alınmaktadır.

Eski Kafa isimli mekân (Beyrut'un kitap ve söyleşi ağırlığına karşın) yemekleriyle öne çıkmaktadır. "Eski deliklerden yeni bakışlar" sloganında belirginleştiği gibi kadim ve cedidin burada kültürel bir yeniden üretime eklemlemeyle bir araya getirilmesi hedeflenmektedir. Mekânın biçimlenmesinde Osmanlı ve İslam motiflerinin baskınlığı dikkat çeker. Bu motiflerin günümüz formlarıyla buluşturulması ise dinamizm kaynağıdır. Araç-gerecinin bakır gibi eski formlar da taşıması, mekânın otantik kimliğe olan vurgusunu yansıtır. Tasavvufî temalara olan referansların da kullanıldığı mekânda yemek kültürü öne çıkarılmaktadır. Tercihlerin

²⁹ Modern dönem, kamusal alan ve yeni kalıplar problematiği için (bkz. Göle, 2000: 19-40).

³⁰ Bir izbe ki kalmıştır umut telvelere/ Kül bağlar ocak, kahve biter, fal bitmez (*Arif Nihat Asya*) (Ayvazoğlu, 2012: 108).

çeşitliliği ve genel referans sisteminin genişliği bu işletmelerin ortak özelliğidir. Beyrut gibi nargile satışını gerçekleştirilmeyen işletmeler olduğu gibi Bab-ı Yaren ve Bezm-i Safa gibi nargile-cafe olarak iş görenler de söz konusudur. Kimisi bitki çaylarını menüye katarken kimisi kahveye ağırlık verir. Kimisi mekânı deri koltuklarla bezerken kimisi ahşap odaklı bir tercih yapar. Ağaç, yeşillik (çiçek vb.) sarı ışıklarla birlikte otantikliği tamamlayıcı öğeler olarak yaygındır. Çeşitlilik ve bilinçli tercih, Lena'da müzik dinlerken fark edeceğimiz gibi, kendini belli eder. Bir kaportacının salaş mekânından dekoratif tercihlerle biçimlenen yeni çehresiyle Lena, gençlerin toplumsallığının ana uğrak yerlerinden biridir. Mekân nasıl baştan yaratılmışsa toplumsallık üretimi de yeniden süreçlenir. İşletmecisinin, "İslami kesimin entelektüelleri geliyor çoğunlukla ve üniversite gençleri" (Baştürk, 2012) izahında tüketici kitlenin de seçici olduğu anlaşılmaktadır.

Tasvir ettiğimiz bu kitle formu, gözlemlerde de kendini belli eder; söz gelimi politik tartışmaların yaygınlığı, kitlenin bu niteliğinden kaynaklanmaktadır. Masalar dinlenildiğinde, güncel meselelerin entelektüel düzeyde tartışıldığı ve siyasal meselelerin ve kuramsal argümanların da belirginleştiği anlaşılmaktadır. Kadınlar açısından bakıldığında gençler, özellikle iş hayatında bulunan, üniversite eğitimi alan ve gündelik pratiklerinde karma mekânlarda bulunanlar, dinlence için bu mekânları tercih etmenin olağanlığını savunmaktadır (Mendillioğlu, 2011: 2). Eski Kafa aynı zamanda yeni nesil ve muhafazakâr kabulleri öne çıkışmış bürokrat ve iş adamı-gazeteci kesimin de bir buluşma noktası olarak belirlemektedir ki bunda en önemli etken, mekân sahibi profilidir. Kitlenin etkisi, politik aktörler tarafından da kabul görür. Sözelimi bir seçim propagandası olarak K. Kılıçdaroğlu burayı özel olarak tercih etmiştir.

Kafe ve restoranların Ramazan ayında sahur ve iftara yönelik programlarının bulunması ve ikisi arasındaki zaman diliminde sohbet alanı olması, kültürel alışveriş ve mekânsal konumlanış bağlamında önemli bir pratiktir. Esasen hem işletmecilerde hem de müdavimlerde, kafelerin bir mekândan (tüketim toplumunun bir birimi olmaktan) çıkarılıp bir meclise dönüştürülmesi algısı baskındır. Buralardaki sohbet ağırlıklı form (kitap okuma da bir anlamda yazarla söyleşi olarak kabul edildiğinde), kültürel etkileşimi biçimlendirdiği gibi toplumsal denetim kalıplarını da şekillendirmektedir. Öte yandan buralar toplumsal eklemlenme kanalları olarak da işlev görmektedir. Özelde yalnız (ve bekâr) insanların toplumsallaşma mekânı olarak işlev görebilmektedirler. Kafelerin öne çıkardıkları unsurlarla medyada yer almaları, Lena'nın yassı içli köfteyle (kitel) anılması gibi (bkz. *Naile'nin yassı içli köftesi*, 2011), mekânların meşhurluğunu arttırdığı gibi folklorik unsurlarla geniş kitlelere hitap etmesini de sağlamaktadır.

Mekânların katmanlılığı, toplumsal katmanları kuşatabilmesi için işlevseldir; bahçesi, üst katı ve tematik mekân ayrımı (kütüphane gibi) olanaklarıyla bu geniş mekân olgusu, toplumsallığın zenginliğini de üretmektedir. Çocuklarıyla birlikte çay içmek isteyen aileye imkân sunulduğu gibi bir köşede bir şeyler okuyup-yazmak isteyen biri için de mekân sunulmaktadır. Üretilen zengin toplumsallık alanı, esasen '80 sonrası kentselliğin parçalanmış ve yerelliğini yitirmeye zorlanan çoğulluğunda bir

aradalık formunun sunuşunu kolaylaştırmaktadır. “Özellikle 1970’lerden sonra ‘farklılığın’ yüceltilen bir değer olarak ortaya çıkmasıyla üretim ve tüketim kalıpları bakımından sınıf içi toplumsal katmanlarda ortaya çıkan çeşitlenme ve bu alanların giderek birbirinden ayrışması kentsel mekâna açıklıkla yansımaktadır” (Yüceşahin ve Tuysuz, 2011: 160). Tüketim kalıplarının şekillenişinin yanı sıra kafeler toplumsal cinsiyet kalıplarının inşasında da birer toplumsal denetim alanı olarak etkindir. Bu etkinlik, aynı zamanda karar mekanizmalarının bu alanlardan etkilenişini de içinde barındırır.

Kentin iç ve dış dinamiklerle çeşitlenen yapısı, değişen insanın mekânı da dönüştürmesini sonuç verir. Özellikle ’90 sonrası dönemde belirginleşen küreselleşme etkisi, kenti çok kültürlü ve herkesin görünürlüğüne mümkün olduğu üzerinden okumaya yönelten dönüşümler üretir. Böylece tercihlerin mekânı dönüştürmesi ve yeni öznelerin belirginleşen profili (Yüceşahin ve Tuysuz, 2011: 160), kafelerin de bu bağlamda mekân üretimine yönelmesine neden olur. Kafeler bu bağlamda elitist, yukardan belirlenimci ve rasyonalist Türk modernleşme deneyiminin (Göle, 2001: 171) yanında alttan yükselen, sivil, çoğulcu modernleşme pratiğinin bir üretim merkezi ve ürünü olarak belirginleşmektedir. Bu bakımdan Fatih’in üstlenmiş olduğu rol orta sınıf muhafazakârların, elif muhafazakâr sınıfa karşı bir ifade alanı olmasıdır. Bunun karşısında ise Koşuyolu semtindeki kafeler ve Şazeli gibi daha zengin ve egemen kesiminin takip ettiği mekânlar yer almaktadır. Artık daha farklı olduğunu düşünen ve dinî hassasiyetleri bulunan sanatçılar da (Onur Ünlü gibi) kendilerini bu alanın karşı kaldırımında ifade etmektedirler. Örneğin Mevlana İdris Fatih’te (Eski Kafa’da) iken, Onur Ünlü kendini Koşuyolu’nda ifade etmektedir.

Kafelerin içinde mescit bulundurma (ya da ibadet için ibadethaneye gidip gelebilme) imkân ve pratiği, kahvehanelerin ilk dönemlerinde beri cami cemaatinin bekleme yeri olarak işlevselleştirilmesini anımsatır. Bu kolektif bellek kodu, kafe ve restoranlarda yeniden inşa edilmiştir. Böylece yeni tüketim mekânı ve mekân tüketimi geleneksel kodların da yeniden üretimiyle devam etmektedir. Kafelerin öğrenci merkezli yapısı, ya da eğitim gereğiyle göç eden gençlerin uğrak yeri ve toplumsallık istasyonu olması niteliği de özellikle belirli dönemlerde (1950-80 arası) İstanbul’a göç edenlerin hemşeri dayanışması ve topluma entegre olmak için ve geçici mesken olarak (sabahçı kahvehaneleri) kullanılan kahvehanelerin (bkz. Kurt, 2012: 203-204) göç-dayanışma-entegrasyon döngüsünü anımsatmaktadır.³¹ Bu tür toplumsallık alanlarının heterojen bir nüfus barındırması, İstanbul’da ilk açılan kahvehanelerin Tahtakale’de olması ve oranın uluslararası ve yerel ticaretin odağı olarak işlev görmesi

³¹ Göç, kafelerin olduğu gibi kahvehanelerin de topluma girişindeki etkinliğin mekânıdır. 16. yüzyıl ve sonrasında şehirleşme ve göçle birlikte artan nüfusun taşınması için artan bir kahvehane örgütlenmesinden bahsedilebilir (bkz. Akyazıcı Özkoçar, 2009: 18). Kente gelen göçmenlerin kiralık odalarda (evlerde) yaşaması, onların sosyalleşebileceği kamusal mekân olarak kahvehaneleri öne çıkarmaktaydı (s.29).

verisinin de gösterdiği gibi, farklılıkların sosyalleşme mekânı ve kamusal entegrasyonu için önem taşımaktadır (bkz. Akyazıcı Özkoçar, 2009: 20).

Meslek kahvehanelerindeki meslekî dayanışma ağı gibi buralarda beliren öğrencilik ağı vb. de bir dayanışma ağı olarak işlevselleştirilebilmektedir. Kahve nasıl kahvehanede şekillenen toplumsallıkta kahveden fazla bir şey ise kafelerde de çoğul bir mekân ve çoğulcu bir kitlenin ötesinde bir kamusal ve toplumsallık söz konusudur. Semai kahvehaneleri, canlı müziğin bulunduğu kafelerde yeniden üretilen bir kod olarak hayat bulur. Dolayısıyla kafelerin üzerinde inşa edildiği beşeri sermaye, onların biçimlenmesini ve homojenlik veya heterojenlik durumlarını belirlemektedir. Kahvehanelerin müdavimlik üzerindeki vurgusunun daha baskın olması ve hemşerilik ve tanınırlık gibi denetim mekanizmasının ve ayrışmanın dozunun yüksekliğine karşın kafelerin göçmenleri kente entegre etmede daha esnek bir yapıya sahip oldukları görülmektedir. Kahvehanelerin kökene olan vurgusunun (mahalle, köy, ırk, din vb.) karşısında kafeler kentlilik vurgusunu taşımaktadır. Baskın olan farklılaşma ve ilişki biçimi, sınıf üzerinden yürütülmektedir.

Genel anlamda bakıldığında yeni Müslüman öznenin kamusal görünürlüğünün yeni formları, karmaşık bir motife sahiptir; burada modernlik ve gelenek arasında bir geçişgenlik söz konusudur. Son dönemlerde artan bu kamusal görünürlük, siyasal ve kültürel yapının dönüşümüyle ilgili olduğu gibi, ekonomik güç ve gündelik yaşam pratiklerinin dönüşümüyle de doğrudan ilgilidir. “Kentsel dokuya, tüketim kalıplarına ve serbest piyasa dinamiklerine dâhil olma çabası genç İslâmî aktörleri içeriden dönüştürmektedir” (Kömeçoğlu, 2012: 93). Kafelerin grup katılımları, sohbet’i merkeze alır; bu durum, Simmel’in tanımıyla, sosyallikte konuşmanın kendi başına bir amaç olması³² bağlamında değerlendirildiğinde mekânların ilişkisel zemini anlaşılabilir. Günümüzde kafelerdeki sohbet, esasen yorum ağırlıklıdır; çünkü haberdarlık ve iletişim kanallarının çokluğu, herkesin haberlere ulaşımını anlık hale getirmiş ve böylece yorumların alışverişi öne çıkmıştır. Kafelerin ataları olan kahvehaneler ise özellikle sözel bir iletişim ağına sahip olduğu zaman ve zeminde iktidar hakkındaki söylenti ve rivayetlerin akışlarıyla şekillenen bir sohbet ağının baskınlığıyla işlemekteydi (Kömeçoğlu, 2012: 63). Özünde sohbet, mekânı yer ve meclise çeviren direngen bir toplumsallık kodudur.

Sonuç

İstanbul, her farklılığın kendi içinde homojen olarak farklılaştığı bir mekândır. Bu mekân’ın bellek kodlarında bulunan çeşitlilik, 1990’lı yıllarda ‘İslâmî kesim’ olarak betimlenen (özellikle genç) kesimin tikel kamusal bağlamında kafelerde bir araya gelmesini sağlamıştır. Bu yeni mekân üretimi, 16. yüzyıldan itibaren başlayan kahvehane kurumsallaşmasının Cumhuriyetle birlikte kamusal ve toplumsallık üretiminde devam eden ve 68 kuşağına kadar genel bir erkeklik toplumsallığı üzerinden yürüyen, bu dönemle birlikte kısmi olarak karma bir yapıya taşınan ve 80

³² Ona göre insanlar ciddi meselelerde içerik hakkında ve onu aktarmak için konuşurlar ama sosyallikte konuşma kendi başına bir amaçtır (Simmel, 2009: 141).

sonrasında apolitik gençler için işlevsizleşip kafelere doğru (kurumsal torunları) dönüşen serencamını 1990'lı yıllarla birlikte yapı ve kültür değişimlerinin getirdiği taleplere cevap verecek şekilde tikel toplumsallık mekânları olarak İslami kimliği öne çıkan öznelerin toplanma mekânı şeklinde biçimlenir. Bu tikel kamusal döneminden sonra 2000'li yıllarda Fatih At Pazarı örneğinde bir 'sokağın dönüşümü' ile birlikte kadim bellek kodlarının eşliğinde cedit bir mekân üretimi söz konusu olur ve burası, karşı mahalle biçimlenmesine örnek teşkil edecek şekilde yeni Müslüman özne için toplumsallık mekânı olur. Karşı mahallenin de kendi içinde sınıfsal farklılaşması söz konusudur: Araştırmanın temel ilgisi olan Fatih At Pazarı, daha çok orta sınıf merkezli bir toplumsallaşma için mekân üretirken Koşuyolu gibi başka semtlerde daha üst gelir grubuna hizmet sunan mekânlar söz konusudur.

Yeni dönemde özellikle mekânsal görünürlüğü yüksek bir düzeyde ve belirgin bir kabulle ortaya konan kafe, kahvehane ve restoranlar bir yandan entelektüellerin Tanzimat'tan sonra başlayan modern kahvehane geleneği gibi kadim kodları, öte yandan okumuş çocuklar olarak bu entelektüel tartışmaları devralan yeni Müslüman öznenin her iki cins için açık bir kamusal üzerinden betimlediği kodları taşımaktadır. Bu mekânlar, yeni bir beşerî sermaye biçimlenmesi, heterojen nüfusun (göç, eğitim vb.) nitelikli bir entegrasyonu, kentli mekân üretim ve tüketimi, mekânların aidiyetler üzerinden sosyallik ve kamusal üretme potansiyelini işletmesi ve heterotopik kamusalın süreğenliğini sağlaması gibi birçok boyutta sosyolojik önem taşımaktadır. Dahası Şeyh Şazeli gibi pir ve üstat olarak kahvehane hafızasında yer alan profillere ait meşrulaştırma kodları da kimilerince yeniden üretilerek, mekân, kutsalla ilişkili bir kamusal üzerinden tüketilmektedir. Son tahlilde bu mekânlardaki yeni Müslüman özne, tüketim toplumunun kodlarının başatlığının hissedildiği günümüzde simgelerle yüklü bir mekânı tüketirken aynı zamanda performatif toplumsal kalıplar sergilemekle gündelik yaşamda benlik sunumunu farklı bir düzeye taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- AÇIKGÖZ, Nâmık (1999), *Kahvenâme*, Ankara: Akçağ Yayınları.
- AKYAZICI ÖZKOÇAR, Selma (2009), "Kamusal Alanın Üretim Sürecinde Erken Modern İstanbul Kahvehaneleri," Ahmet Yaşar (hzl.), *Osmanlı Kahvehaneleri: Mekân, Sosyalleşme, İktidar*, İstanbul: Kitap Yayınevi, 17-35.
- AYTAÇ, Ömer (2007), "Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası," *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17 (2): 199-226.
- AYVAZOĞLU, Beşir (2012), *Kahveniz Nasıl Olsun? Türk Kahvesinin Kültür Tarihi*, 2. Basım, İstanbul: Kapı Yayınları.

- BAKTİR, Hasan (2008), "From Turkish Renegade to a Penny University: The Introduction and Negotiation of the Coffee-Houses in England," *Erciyes Üniversitesi SBE Dergisi*, 24 (1): 141-157.
- BAŞTÜRK, Onur (2012), "Fatih'ten Asmalimesci'te doğru: Ortam yıkılır!," <http://www.tempodergisi.com.tr/haberdetay/57640.aspx>, (erişim: 15.10.2012).
- BİNGÜL, İlyaz (2012), "Kahvehane: Osmanlı İstanbulunda Toplumsal Hayat Mekanları 6," <http://www.populistkultur.com/kahvehane-osmanli-istanbulunda-toplumsal-hayat-mekanlari-6/>, 26 Ağustos 2012, (erişim: 21.10.2012).
- Bir kafe var Beyrut'tan içeri*, http://zaman.com/newsDetail_getNewsById.action?haberno=1182517&title=bir-kafe-var-beyruttan-iceri, 23 Eylül 2011 (erişim: 15.10.2012).
- BİRSEL, Salah (1983), *Kahveler Kitabı*, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- CARLIER, Omer (1999), "Mağrip Kahvehanesi: Erkek Sosyalliği ve Yurttaşlık Hareketleri," *Doğuda Kahve ve Kahvehaneler* içinde, H.Desmet-Grégoire; F. Georgeon (ed.), M. Atik ve E. Özdoğan (çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 195-228.
- ÇAKSU, Ali (2009), "18. Yüzyıl Sonu İstanbul Yeniçeri Kahvehaneleri," A. Yaşar (hızl.), *Osmanlı Kahvehaneleri: Mekân, Sosyalleşme, İktidar* içinde, İstanbul: Kitap Yayınevi, 81-94.
- DEMİR, Cemal (2009), "Gelse Hazreti Şeyh Şazeli ol Starbucksı," <http://www.haber7.com>, 04.17.2009.
- EDİZ, İsmail (2008), "Osmanlı'dan Cumhuriyet'in İlk Yıllarına Kahvehaneler ve Sosyal Değişim," *SAÜ Fen Edebiyat Dergisi*, 8 (1): 179-189.
- EİSENSTADT, S.Noah (2007), *Modernleşme: Başkaldırı ve Değişim*, Ufuk Coşkun (çev.), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- EMİROĞLU, Kudret (2000), "Trabzon'da XIX. Yüzyıldan XX. Yüzyıla Kahvehane ve Kitabevi Bağlamında Toplumsal Tabakalanma, Kültür ve Siyaset," *Kebikeç*, (10): 187-222.
- GOFFMAN, Erving (2012), *Gündelik Yaşamda Benliğin Sunumu*, İstanbul: Metis Yayınları.
- GÖLE, Nilüfer (2000), "Modernist Kamusal Alan ve İslami Ahlak," Nilüfer Göle (ed.), *İslam'ın Yeni Kamusal Yüzleri: İslam ve Kamusal Alan Üzerine Bir Atölye Çalışması*, 2. Baskı, İstanbul: Metis Yayınları, 19-40.
- GÖLE, Nilüfer (2001), *Modern Mahrem*, İstanbul: Metis Yayınları.
- HABERMAS, Jürgen (2005), *Kamusallığın Yapısal Dönüşümü*, 6. Baskı, T. Bora ve M. Sancar (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

- HATTOX, Ralph S. (1996), *Kahve ve Kahvehaneler: Bir Toplumsal İçeceğin Yakındoğudaki Kökenleri*, Nurettin Elhüseyni (çev.), İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- HEISE, Ulla (2001), *Kahve ve Kahvehane*, Mustafa Tüzel (çev.), Ankara: Dost Kitabevi.
- KIRLI, Cengiz (2000), "Kahvehaneler ve Hafiyeler: 19. Yüzyıl Ortalarında Osmanlı'da Sosyal Kontrol," *Toplum ve Bilim*, (83): 58-77.
- KIRLI, Cengiz (2000a), "The Struggle over Space: Coffeehouses of Ottoman İstanbul, 1780-1845," *Doktora Tezi*, Binghamton: The State University of New York.
- KIRLI, Cengiz (2009), "Kahvehaneler: 19. Yüzyıl Osmanlı İmparatorluğunda Kamuoyu," A. Yaşar (hzl.), *Osmanlı Kahvehaneleri: Mekân, Sosyalleşme, İktidar* içinde, İstanbul: Kitap Yayınevi, 95-119.
- KOÇU, Reşat Ekrem (2004), "Yeniçeri Kahvehaneleri," Fatih Tığlı (hzl.), *Ehlikeyfin Kitabı* içinde, İstanbul: Kitabevi Yayınları, 121-123. [*Tarihimizde Garip Vakalar*, İstanbul, 1952, ss.41-45'ten alıntı].
- KÖMEÇOĞLU, Uğur (2001), "Historical and Sociological Approach to Public Space: The Case of Islamic Coffeehouses in Turkey," *Doktora Tezi*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi.
- KÖMEÇOĞLU, Uğur (2009), *HomoLudens ve Homo Sapiens Arasında Kamusal ve Toplumsallık: Osmanlı Kahvehaneleri*, A. Yaşar (hzl.), *Osmanlı Kahvehaneleri: Mekân, Sosyalleşme, İktidar* içinde, İstanbul: Kitap Yayınevi, 45-80.
- KÖMEÇOĞLU, Uğur (2012), *Kimlik, Mekân ve Gündelik Hayat*, İstanbul: Ufuk Yayınları.
- KURT, Ali (2012), "Anadolu'dan İstanbul'a Göç ve Kente Tutunma Sürecinde Göçmenler İçin 'Kahvehaneler'in Önemi 1950 Sonrası Türk Romanı'ndan Okuma," *DPUJSS*, 32 (2): 201-214.
- LEFEBVRE, Henri (1991), *The Production of Space*, Donald Nicholson-Smith (çev.). Oxford-Cambridge: Blackwell.
- MARDİN, Şerif (2011), *Türkiye, İslam ve Sekülerizm -Makaleler 5*, E. Gen ve M. Bozluolcay (çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.
- MENDİLLİOĞLU, Ali (2011), "Muhafazakar Kadının Sosyalleşme Mekânı: At Pazarı," *Dipnot Tablet*, (40): 2.
- "Naile'nin Yassı İçli Köftesi," *Zaman*, 10 Aralık 2011, Cumartesi Eki.
- ÖZTÜRK, Serdar (2005), *Cumhuriyet Türkiye'sinde Kahvehane ve İktidar(1930-1945)*, İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- PALA, İskender (1998), "Her seherde Besmele'yle açılır dükkanımız," <http://arsiv.zaman.com.tr/1998/10/13/yazarlar/3.html>, (erişim: 02.01.2012).

- PEÇEVÎ, Efendi İbrahim (1981), *Peçevî Tarihi*, C.I, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- SAMÎ, Kamuran (2010), "Halk Kültürü Bağlamında Kahvehanelerin Toplumsal ve Mekânsal Dönüşümleri Diyarbakır Kent Örneği," *Millî Folklor*, (85): 159-172.
- SENNETT, Richard (2002), *Kamusal İnsanın Çöküşü*, S. Durak ve A. Yılmaz (çev.), 2. Basım, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SİMMELE, Georg (2009), *Bireysellik ve Kültür*, Tuncay Birkan (çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- SÖKMEN, Cem (2011), *Aydınların İletişim Ortamı Olarak Eski İstanbul Kahvehaneleri*, İstanbul: Ötüken Yayınları.
- TEKELİ, İlhan (2010), *Mekânsal ve Toplumsal Olanın Bilgibilimi Yazıları*, İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- URRY, John (1995), *Consuming Places*, London-New York: Routledge.
- YAMAN, Talat Mümtaz (2004), "Türkiye'de Kahve ve Kahvehaneler," Fatih Tıgılı (hızl.), *Ehlikeyfin Kitabı* içinde, İstanbul: Kitabevi Yayınları, 3-29.
- YAŞAR, Ahmet (2009), "'Külliyen Ref'ten 'İbreten Li'l-Ğayr'e: Erken Modern Osmanlı'da Kahvehane Yasaklamaları," A. Yaşar (hızl.), *Osmanlı Kahvehaneleri: Mekân, Sosyalleşme, İktidar* içinde, İstanbul: Kitap Yayınevi, 36-44.
- YÜCEŞAHİN, M. Murat ve Suat Tuysuz (2011), "Ankara Kentinde Sosyo-mekânsal Farklılaşmanın Örüntüleri: Ampirik Bir Analiz," *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9 (2): 159-188.