

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI ANA BİLİM DALI
İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

VIYANA KAFE KÜLTÜRÜNÜN OLUŞUMUNDA THONET NO:14
SANDALYENİN ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Zafer İsmet YÜKSEL

Ankara-2022

T.C.
ATILIM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI ANA BİLİM DALI
İÇ MİMARLIK VE ÇEVRE TASARIMI YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**VİYANA KAFE KÜLTÜRÜNÜN OLUŞUMUNDA THONET
NO:14 SANDALYENİN ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

Zafer İsmet YÜKSEL

Tez Danışmanı

Prof. Dr. Şule PFEİFFER TAŞ

Ankara-2022

KABUL VE ONAY

Zafer İsmet Yüksel tarafından hazırlanan “Viyana Kafe Kültürünün Oluşumunda Thonet No:14 Sandalyenin Etkisi” başlıklı bu çalışma, 07/06/2022 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Ana Bilim Dalı, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Yüksek Lisans Programında Yüksek Lisans Tezi olarak oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. Elif GÜNEŞ (Başkan)

Prof. Dr. Şule PFEİFFER TAŞ (Danışman)

Doç. Dr. Önder AYDIN (Üye)

Doç. Dr. Şule TUZLUKAYA

Enstitü Müdürü

ETİK BEYAN

Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasını;

- Akademik ve etik kurallar çerçevesinde hazırladığımı,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu bildirir,

Aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

Tarih ve İmza

Zafer İsmet YÜKSEL

ÖZ

Yüksel, Zafer İsmet. Viyana Kafe Kültürünün Oluşumunda Thonet No:14 Sandalyenin Etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2022

Viyana kafe kültürünün oluşumunda Thonet No:14'ün etkisinin araştırıldığı bu tezde; Endüstriyel Devrim ile ortaya çıkan yeni toplumsal hareketler, Viyana kafe kültürünün kahve ile olan bağı ve Thonet No: 14'ün kafe kültürüne etkileri detaylı olarak irdelenmiştir. Çalışmada aynı zamanda kahvenin keşfi ile başlayan ve kahvehanelerin ortaya çıkışı ile devam eden süreçte, Endüstri Devrimi'nin getirdiği yeni üretim ve ticaret olanaklarının ticaret ve toplumsal yaşama etkileri üzerinde durulmuştur. Sanat ve düşünce akımlarının kafe ve kahvehanelere yansımalarının incelendiği araştırmada mekân tasarımları da gözden geçirilerek, Thonet No:14'ün doğuşu, gelişimi ve etkisi detaylarıyla anlatılmıştır.

Araştırma sahası; 1860-1930 yılları arasında Viyana ve dünyada iç mekân görseli ve yerleşim planlarına ulaşılabilen, Thonet No:14 ile tasarlanmış kafe ve kahvehanelerin mekân analizleri yapılmıştır. Bununla birlikte günümüzdeki yansımaları izleyebilmek için TON firmasının referanslarından yola çıkarak Thonet No:14 kullanılan Viyana tarzı kafelerin mekân analizleri ile sınırlandırılmıştır.

Mekân yerleşim planları, tarihi fotoğrafları ve güncel durumlarını kapsayan çalışmada Thonet No.14'ün Viyana kafe kültürü oluşumdaki etkisi aranmıştır. Araştırma sonucunda, Thonet No:14 sandalyenin nitelikleri, tercih edilmesindeki etkenleri, Viyana kafe kültüründeki konumu ve bu kültüre iletişim nesnesi olarak katkıları aktarılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Viyana kafeleri, Kahve, Kahvehane, Thonet No:14, Kafe Kültürü

ABSTRACT

Yüksel, Zafer İsmet. The Influence of the Thonet No.14 Chair on the Formation of Viennese Cafe Culture. Master Thesis, Ankara, 2022

In this thesis, the effect of Thonet No: 14 on the formation of Vienna cafe culture is investigated; The new social movements that emerged with the Industrial Revolution, the connection between the Vienna cafe culture and coffee and the effects of Thonet No: 14 on the cafe culture were examined in detail. The study also focused on the effects of new production and trade opportunities brought by the Industrial Revolution on trade and social life in the process that started with the discovery of coffee and continued with the emergence of coffee houses. In the research, in which the reflections of art and thought movements on cafes and coffee houses were examined, the design of the space was also reviewed, and the birth, development and impact of Thonet No:14 were explained in detail.

Research area; Between 1860 and 1930, space analyzes of cafes and coffee houses designed with Thonet No:14, where interior visuals and layouts can be accessed in Vienna and the world, were made. However, in order to follow its current reflection, it has been limited to the space analysis of Vienna-style cafes using Thonet No: 14, based on the references of TON company.

The effect of Thonet No.14 on the formation of Viennese cafe culture has been sought in the study, which includes the layout plans, historical photographs and current situations of the spaces. As a result of the research, the qualities of the Thonet No:14 chair, the factors in its preference, its position in the Vienna cafe culture and its contributions to this culture as an object of communication are explained.

Keywords: Viennese cafes, Coffee, Coffeeshouse, Thonet No:14, Cafe Culture

TEŞEKKÜR

Tez alıőmamın her aşamasında desteklerini esirgemeyen sevgili aileme, tez sürecimde yol göstericiliğini hiç eksik etmeyen değerli danışman hocam Prof. Dr. şule Pfeiffer TAş'a sevgi ve saygılarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT	ii
TEŞEKKÜR	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİLLER DİZİNİ	vii
RESİMLER DİZİNİ	viii
GİRİŞ	2
BÖLÜM 1: TEZİN KONUSU VE KAPSAMI	4
1.1 Tezin Konusu	4
1.2 Tezin Amacı	4
BÖLÜM 2: KAHVE VE KAHVE KÜLTÜRÜ	5
2.1 Kahve Tarihi	5
2.1.1 Osmanlı Devlet’inde kahve ve kahvehane kültürü	9
2.1.2 Avrupa’da kahvenin tarihi	17
2.1.3 Viyana’da kahvenin tarihi.....	20
2.1.4 Kafe tanımı ve ortaya çıkış süreci	22
2.2.1 Kafe’lerin Dünya ’ya etkileri.....	25
2.2.2 Kafe iç mekân biçimlenmeleri ve ortaya çıkışı	28
BÖLÜM 3: VİYANA KAFE KÜLTÜRÜ OLUŞUM SÜRECİ	32
3.1 Viyana Kafe Kültürü.....	32
3.1.1 Kültür ve kimlik kavramı.....	36
3.2 İç Mekân Özellikleri.....	39

3.2.1 Eğlence araçları	42
3.3 Gastronomi.....	44
3.4 Personel	45
3.5 Viyana Kafe Kültürü Oluşum Sürecine Etki Eden Süreçler.....	47
3.5.1 Endüstri devrimi ve sonuçları.....	50
3.5.2 Endüstriye tepkiler / Arts & Crafts akımı.....	54
3.5.3 Art Nouveau akımı	56
3.5.4 Viyana Secession.....	61
BÖLÜM 4: ENDÜSTRİYEL MOBİLYA ALANINDA YAŞANAN	
GELİŞMELER ve THONET NO:14.....	68
4.1 Bükme Mobilya Tarihi.....	68
4.2 Michael Thonet'in Hayatı.....	71
4.3 Thonet Mobilyanın Ortaya Çıkışı ve Sunduğu Yenilikler.....	74
4.4 Endüstriyel Mobilyanın Doğuşu: Thonet No:14.....	78
4.4.1 Thonet no:14 kullanılan malzeme	81
4.4.2 Thonet no:14 üretim yöntemi	83
4.4.3 Thonet no: 14 ölçüleri.....	86
4.4.4 Thonet sandalyenin söylencesi	88
BÖLÜM 5: VİYANA KAFE KÜLTÜRÜ OLUŞUMUNDA THONET NO: 14	
ETKİSİ.....	91
5.1 1860-1930 Yılları Arasında Viyana Kafelerinde Thonet No:14 Etkisi.....	91
5.1.1 Café Griensteidl	92
5.1.2 Cafe Tirolerhof	97
5.1.3 Kleines Café	101
5.1.4 Café Museum.....	105
5.1.5 Cafe Diglas	111

5.1.6 Cafe Sperl	114
5.2 1860-1930 Yılları Arasında Dünya’da Viyana Kafe Kültürü Oluşumu ve Thonet No:14 Etkisi	119
5.2.1 Café Dindurra; Madrid	119
5.2.2 Sarafim Kahvehanesi; İstanbul	123
5.2.3 Cafe Novedades; Florida	126
5.3 Günümüz Kafe Tasarımlarında Viyana Kafe Kültürü Oluşumu ve Thonet No: 14 Etkisi	127
5.3.1 The Herbalist Pub Club, Birleşik Krallık	128
5.3.2 Pastry Shop Myšák, Prag	131
5.3.3 Hawker Hall- Windsor, Avustralya	134
5.3.4 Puri Guliani, bakery – Tiflis	136
SONUÇ.....	140
KAYNAKÇA	148
TURNITIN RAPORU.....	162
ÖZGEÇMİŞ.....	176

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1.Café Griensteidl 1847 yılı planları.	93
Şekil 2.Cafe Tirolerhof Şematik Rekonstrüktif Çalışma.....	98
Şekil 3.Kleines Cafe Planlar. 1970-1974.....	102
Şekil 4.Kleines Cafe Planı. 1985.....	103
Şekil 5.Cafe Museum Yerleşim Planı.	106

RESİMLER DİZİNİ

Resim 1.Kahve çekirdeği.	7
Resim 2.İstanbul limanında bir kahvehane 1839.	12
Resim 3.Bir "Tatar" kahvehanesinde meddah, 1860 civarı.	13
Resim 4.Osmanlıda kahvehane iç mekân örneği 1840 civarı.	14
Resim 5.Stock-im-Eisen-Platz 1779.	21
Resim 6. Seyyar kahveci, Viyana. 1905.	24
Resim 7.Silbernes Kaffeehaus, 1820 civarı.	30
Resim 8 .Kahvehane kurumunun toplum ile ilişkisi.	34
Resim 9. Cafe Arcaden iç mekân.	40
Resim 10.Cafe Paulanerhof üst kat bilardo salonu 1910.	43
Resim 11.Cafe Wien.1910.	44
Resim 12.Konuk ile garson tasviri, 1830 yılları.	46
Resim 13.Viyana surları.	47
Resim 14.1860 tarihli Viyana yeni şehir planı.	48
Resim 15.Graben caddesinden görünüm, 1870.	50
Resim 16. William Morris tasarımı yer karosu.	55
Resim 17.1889 Fransa Dünya sergisi merkez kubbeye bakış.	56
Resim 18.1900 Fransız Fuarı ana girişi tasarımı.	57
Resim 19. Tiffany & Co., Morsalkım lambası.	58
Resim 20. Frederic Leylands Haus, 1876.	59

Resim 21.Vienna Secession ilk sergi afişi. 1898	63
Resim 22.Ver Sacrum'un ilk sayısının kapağı.....	64
Resim 23.Karlstad'daki Wiener Werkstätte mağazası. 1909.	65
Resim 24.Yeniden canlandırılan Viking dönemi fiçı örneği.	69
Resim 25.Jean-Joseph Chapuis tasarımı sandalye.....	70
Resim 26.Liechtenstein Sarayı zeminleri 1843.....	71
Resim 27.Liechtenstein Sarayı duvar ve tavanlar 1843.....	72
Resim 28.Thonet Briztc fabrikası. 1920.....	73
Resim 29.Liechtenstein Sarayı için yapılan sandalye.	74
Resim 30.Thonet sandalye ve mobilyaları.	75
Resim 31.Thonet No:4.....	76
Resim 32. B 35 modeli, Thonet Çelik Boru Mobilya 1938.....	77
Resim 33.Thonet No:14.....	79
Resim 34.Thonet'i taklit eden firmalar ve ürünleri.	81
Resim 35.Avrupa Kayını yayılış bölgeleri.....	82
Resim 36. Thonet üretim tekniği.	84
Resim 37.Thonet 1859 üretim detayı.....	85
Resim 38.Paketlenmiş Thonet No:14 gösterimi.....	85
Resim 39.İnsan vücudunun oranları	86
Resim 40.Thonet No:14 ölçüleri, orijinal çalışma	87
Resim 41.Thonet No:14 ayak bağlantı detayı.....	88

Resim 42. Thonet gösteri koltuğu.	89
Resim 43.1885-1900 yılları arası Thonet etiketi.	91
Resim 44.Cafe Griensteidl orijinal binanın görüntüsü.....	92
Resim 45.Cafe Griensteidl orijinal bina iç mekânı, 1896	94
Resim 46.Cafe Griensteidl orijinal bina iç mekânı, 1896..	94
Resim 47.Cafe Griensteidl konumu 2009.....	95
Resim 48.Cafe Griensteidl dış cephesi.....	95
Resim 49.Cafe Griensteidl, Michaelerplatz 2'de 2017.	96
Resim 50.Cafe Tirolerhof konumu.	98
Resim 51.Cafe Tirolerhof iç mekân 1.....	99
Resim 52.Cafe Tirolerhof iç mekân 2.....	100
Resim 53.Kleines Cafe iç mekân 1935 civarı	101
Resim 54. Kleines Cafe, günümüz dış mekân.....	104
Resim 55.Kleines Cafe iç mekânı.....	104
Resim 56.Cafe Museum 1900.	105
Resim 57.Cafe Museum iç mekân.....	106
Resim 58.Cafe Museum oyun odası.....	107
Resim 59.Cafe Museum Gibson Room, 1900.....	107
Resim 60.Adolf Loos sandalye.	108
Resim 61.Cafe Museum iç mekân.....	109
Resim 62.Cafe Museum bilardo ve oyun odası günümüz.....	110

Resim 63.Cafe Diglas konumu	111
Resim 64.Cafe Diglas, iç mekân	112
Resim 65.Cafe Diglas iç mekânı 2.....	113
Resim 66. Cafe Sperl ana giriş cephesi, 1900.....	114
Resim 67.Cafe Sperl şehir konumu.	115
Resim 68. Cafe Sperl bilardo salonu, 1900.	115
Resim 69. Cafe Sperl, 1900 civarı.	116
Resim 70.Cafe Sperl Gumpendorfer Straße cephesi hol.	117
Resim 71.Cafe Sperl iç mekân, 1935.	117
Resim 72.Cafe Sperl Lehargasse caddesi tarafı holü.....	118
Resim 73.Cafe Dindurra konumu.....	120
Resim 74.Cafe Dindurra iç mekân 1900'lü yıllar.....	120
Resim 75. Cafe Dindurra, ana giriş	121
Resim 76.Cafe Dindurra, 2014.....	122
Resim 77.Cafe Dindurra asma kat	123
Resim 78.Sarafim Kiraathanesi, 1900'lü yıllar	124
Resim 79.Cafe Novedades, 1929.....	126
Resim 80.Cafe Novedades, 1940.....	127
Resim 81.The Herbalist Pub konumu	128
Resim 82.The Herbalist Pub- Club dış cephe	129
Resim 83.The Herbalist Pub tavanları.....	129

Resim 84.The Herbalist Pub Club, iç mekân, 2018.....	130
Resim 85.Pastry shop Myšák konumu.	131
Resim 86.Myšák giriş bölümü.....	132
Resim 87.Myšák Giriş satış bankosu.....	132
Resim 88.Myšák 1. Kat (A)	133
Resim 89.Myšák 1. Kat (B).....	133
Resim 90.Windsor caddesi	134
Resim 91.Hawker Hall iç mekânı	135
Resim 92.Hawker Hall iç mekân	136
Resim 93.Puri Guliani konumu.	137
Resim 94. Puri Guliani dış mekân	137
Resim 95.Puri Guliani, bakery.....	138
Resim 96.Puri Guliani iç mekân	139

GİRİŞ

İnsanlığın kendi ihtiyaçlarını karşılamak için yarattığı obje ve simgeler; toplumu bir kimlik üzerinden kültürel anlamda şekillendirirken, bir taraftan da gelişimine büyük katkılar sağlamıştır. Topluma bu etkileri yapan ilk nokta, tarım devrimidir. Konar-göçer toplumun tarım yapma noktasına ulaşması ve yerleşik yaşama geçmesiyle, insanlık gelişmiş ve ilerlemiştir. Bu gelişmeler sonucunda daha büyük insan toplulukları bir araya gelmiştir. Daha büyük gelişmenin kapısını açan kilit eşik ise endüstri devrimi olmuştur. İnsanlığın yeni ufuklar keşfetme sürecinin miladı da bu eşsiz noktadır.

Endüstri Devrimi, bir kaldıraç misali üretimin artmasına, insanlığın gelişimine ve hızla ilerlemesine imkân sağlamıştır. Üretimin gelişmesi farklı ekonomik sistemleri topluma dayatırken, yeni toplumsal sınıfların doğuşuna da zemin hazırlamıştır. Yanı sıra üretimin artması, kısalan mesafeler ile küçülen dünya coğrafyası üzerinde yepyeni bir ticaret kavramının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Yeni fırsatların farklı coğrafyaları kapsayarak bir ağ şeklinde genişlemiş olması yeni toprakların keşfine, bu topraklardaki farklı kaynaklara, egzotik veya özgün floraya ait ürünlerin diğer toplumlara ulaşmasına olanak vermiştir. Günümüzde en büyük ticaret hacmi petrolde görülürken, onu hayatımızın her noktasına sirayet eden kahve çekirdeği izlemektedir. Her ne kadar petrole odaklı bir ticaret varmış gibi görünse de dünyayı etkisi altına alan kahve, ticaret ve toplum düzenleri üzerinde daha fazla etki göstermiştir. Kahve; tarih sahnesine çıkmasının ardından, insanlık üzerinde yaptığı değişimler, neden olduğu araştırmalar, ortaya çıkardığı kültürel simgeler ile tüm toplumları günümüze kadar etkilemiştir. Kahve aynı zamanda keşfinin ardından ülkeler arasında ticari rekabeti olan bir emtia haline gelmiştir. Simgesel bağlamda sürece eklenen endüstriyel objeler ile de kültür olarak yayılmış ve gelecek nesillere kadar uzayan ilginç bir araca dönüşmüştür.

Kahvenin toplumsal hayata etkileri ve yarattığı kültürel değişim buz dağının görünen kısmıdır. Kahvenin sunulduğu mekân olarak hayatımıza dahil olan kahvehanelerin veya diğer dillerdeki ortak karşılığı olan kafeler, geçmişten günümüze kadar farklı işlevler üstlenmiş, aynı zamanda da yapısal değişimler göstermiştir. Kahvehaneler, toplumların en önemli iletişim mekân haline gelirken, yasaklamalar ve engellemelere maruz kalmış, buna rağmen pek çok toplum içinde yayılmaya ve belirleyici toplumsal kurum olarak kendilerine yer bulmayı başarmıştır. Bu mekânlar,

değişim ve dönüşümün merkezi olma konumları itibariyle daima toplumların dünü, bugünü ve geleceğini şekillendirmiştir. Kahve içmek ise sadece bir eylem veya ihtiyaç olmaktan çıkmış, insanların değişen toplumsal düzen içinde geliştirdikleri yepyeni bir kültürel faaliyete dönüşmüştür.

“Cafe”, “kafe” veya farklı şekilde adlandırılan kahvehaneler, zaman içerisinde insanların bir arada bulunmalarına, sosyalleşmelerine, vakit geçirmelerine olanak sağlayan ve ana içeceği kahve olan sosyal kurumlar halini almıştır. Bu anlamda söz konusu mekân misafirler üzerinde bıraktığı aidiyet hissi ile bir kültürün ortaya çıkması da şaşırtıcı bir sonuç değildir.

Kahve ile başlayan tarihsel süreç içerisinde topluma etkisi olan devrimler ve gelişmelerin de aktarıldığı çalışmada; bir kültür mirası olan Viyana kahvehane kültürünün oluşumunda Thonet No:14 sandalyenin etkisini inceleyebilmek için 1860-1930 yılları arasında Viyana’da kurulan görsel dokümanlarına erişilebilen yaklaşık doksan adet kafe/ kahvehanenin arasından plan şemasına ulaşılabilen dokuz adet içinden (*Cafe Central, Cafe Schwarzenberg, Cafe Romanesk, Cafe Griensteidl, Cafe Tirolerhof, Kleines Cafe, Cafe Museum, Cafe Diglas, Cafe Sperl*) kafe arasından Thonet No: 14 ile bağlantısı kanıtlanabilen altı kafe (*Cafe Griensteidl, Cafe Tirolerhof, Kleines Cafe, Cafe Museum, Cafe Diglas, Cafe Sperl*) incelenmiştir. Dünyadaki aynı tarih aralığı içinde görsellerine ulaşılabilen üç adet kafe (*Cafe Dindurra, Sarafim Kahvehanesi, Cafe Novedades*) mekânı araştırmaya dahil edilmiştir. Araştırma elde edilen kaynaklardan yola çıkarak mekân analizi ile Thonet No:14’ün Viyana kafe kültürü içindeki etkisi irdelenmiştir.

BÖLÜM 1: TEZİN KONUSU VE KAPSAMI

1.1 Tezin Konusu

Bu tez çalışması, Viyana kafe kültürü oluşumunda Thonet No:14 sandalyenin etkisini incelemiştir. Bu amaçla; kahvenin keşfi, tarihsel yolculuğu ile doğrudan ilintili olduğu kahvehane kurumunun ortaya çıkışı araştırılmıştır. Ayrıca kafe kurumu, Endüstri Devrimi ile ortaya çıkan toplumsal kimlik ilişkisi bağlamında değerlendirilmiştir. Toplumsal kimliklerin oluşturduğu farklı kültürler arasında geçmişte ve günümüzde en dikkat çeken Viyana kafe kültürünün bileşenleri detaylı şekilde analiz edilmiştir. Kafe mekânının oluşturduğu kimlik üzerinden inşa edilen Viyana kafe kültürünün paradigması içindeki en önemli obje olan Thonet No:14 sandalyenin Viyana kafe kültürü oluşumundaki etkisi izlenmiştir.

1.2 Tezin Amacı

Tez çalışmasında kafe kültürünün oluşumuna Thonet No:14'ün etkisi araştırılırken, kafe kültürünün yeni nesillere aktarılması, sürdürülmesi, bellek inşası, kolektif kültürel bellek odağında iletişim nesnesi olarak Thonet No:14 ele alınmıştır. Thonet No:14'ün dünya endüstriyel mobilya tarihine geçen satış miktarının gerçekleştirildiği 1860-1930 yılları arasında araştırmanın sınırları içinde yer alan kahvehane iç mekân şekillenmelerinin derinlemesine incelenmiştir. Araştırmanın temelini oluşturan Viyana kahvehane kültürünün oluşumunda Thonet No:14 sandalyenin geçmişte ve günümüzdeki mekânsal kullanım tercihleri, mekân tasarımındaki rolü, mekânın oluşturmaya çalıştığı kimlik bağlamında Thonet No:14 ürününün kullanılmasındaki neden ve sonuçları irdelenmiştir.

Elde edilen veriler ışığında, Thonet No:14'ün kafe kültürü oluşumundaki etkilerinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Bu bağlamda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır;

- Viyana kafe kimliği kapsamında Thonet No: 14 ile kafeler arasında nasıl bir bağlantı bulunmaktadır?
- Viyana kafe kültürünün farklı coğrafyalara yayılmasında Thonet No:14'ün belirgin bir etkisi var mıdır?
- Thonet No:14'ü Viyana kafe kültürünün göstergesi olarak değerlendirmek mümkün müdür?

BÖLÜM 2: KAHVE VE KAHVE KÜLTÜRÜ

2.1 Kahve Tarihi

Kahveyi sadece kahve olarak değerlendirmek, eksik bir tanımlama olacaktır. Kahve içeceği için kullanılan çekirdeklerin farklı kültür kökenlerine sahip olduğunu ve o kültüre uygun şekilde hazırlanarak sunulduğu gerçeği göz ardı edilememelidir. “Bir bireyin tercih ettiği kahve sadece ekonomik değil, aynı zamanda kültürel sermayelerini de gösterir” söylemi, kahvenin derin toplumsal bağlarına bir göndermedir. Kahve içeceğinin hazırlanması farklı cihazlar ve demleme şekillerinin yanı sıra, her kültüre ait sunum çeşitliliği de barındırır. İçimi esnasında kahveye ilave edilen süt, şeker veya diğer ilave katkı ürünleri, kültürün getirdiği farklılıklar olarak karşımıza çıkmaktadır. Sunumunda kullanılan fincan veya bardakların verdiği mesajlar incelendiğinde ise kahve, daha anlamlı bir hale dönüşmektedir (Morris, 2013, s.884).

“Doğu’da dikkate değer siyah bir içeceğin olduğu” haberleri Avrupa’da önce nadiren duyulur. XVI. yüzyıldan itibaren bu haberler yoğunlaşır ve içeceğin olağanüstü “*zihin açıcı*” etkisinden söz edilmeye başlanır. Yabani kahve bitkisinin vatanı olan Etiyopya’da (Habeşistan), yerli halkın bitkinin meyvelerinden çok iyi yararlandığı, Eski Dünya’nın (Eski Mısır, Sümer veya Yunan ve Roma kültürlerinin) söz konusu bitkiyi hiç bilmediği kesin görüşü hakimdir. İlk kez 1450 yılında kullanıldığı düşünülen kahvenin adını Arabistan’dan almasına karşın Habeşistan’dan coğrafyasından getirildiği aktarılmıştır (Heise, 2001, ss.11 - 15).

Avrupa’da sıklıkla “İslam’ın şarabı” olarak tanımlanan kahvenin keşfi konusunda çeşitli rivayetler bulunmaktadır. Rivayetin birine göre; kahveyi VI. veya VII. yüzyılda, keçilerinin yabani bir çalıdan meyve yedikten sonra davranışlarının değiştiğini fark eden çoban “Kaldi” keşfetmiştir. Dans eden keçilerin öyküsü, Güney Arabistan manastırlarında ayin ve konsantrasyon için kahve kullanan ve çekirdeği bir içecek haline getiren ilk kişi olarak kabul edilen Sufi’nin yazılı kayıtlarıyla da kesilmektedir. Egzotik bir içecek olan kahve, uzun geçmişe sahip devrim niteliğinde bir çekirdek olmuştur (Vogt, 2019, ss.40-41). Başka bir efsane ise, Ömer adında bir kişinin XIII. yüzyıl ortasında bir iftira ile çöllere sürgün edilişi ile ilgilidir. Çok zor durumda kalan Ömer, hiç bilmediği bir çalının tanelerini toplar, suda kaynatıp içer. Ömer ve açlıktan ölmek üzere olan arkadaşları, kaynatılan suyu içtikten sonra hemen

canlanır. O esnada yanlarına yaklaşan cüzzamlı bir kişi de bu içecekten içerek iyileşir. Bu mucizevi olay halifenin kulağına ulaşır. Halife bu olayda Allah'ın kudretini görür ve Ömer'in masum olduğuna hükmederek onu bağışlar (Heise, 2001, s.15).

Kahvenin farklı efsanelere konu olması, insanlara vermiş olduğu keyif ve mutluluk sosyalleşme kaynağı olmasının özünü oluşturmaktadır. Kahve bitkisinin farklı coğrafyalarda üretilebilmesi, uygun iklim şartlarının belirlenmesi uzun araştırmalar sonucunda olmuştur. Kahve bitkisinin, ılıman iklim içinde büyüdüğü, meyve verdiği ve yaprak dökmeyen çalı görünümüne sahip olduğu bilinir. Dünyanın farklı coğrafyaları üzerinde, en az kırk derecelik sıcaklığa sahip herhangi bir toprakta meyve veren kahve bitkisi, deniz seviyesinden 300- 950 metre yükseklikte bulunan tepelik arazilerde geniş bir yayılım ve verimlilik göstermektedir. Yaklaşık bir düzine türü olan kahve; Afrika, Hint ve Amerika'nın tropik bölgelerinde ve hemen çevresindeki coğrafyalarda görülmektedir. Kahve ürünü içerisinde en çok yetiştirilen "*Coffea Arabica*" türü en önemli ticari ürün olarak ön plana çıkmaktadır (Crawford, 1852, ss.51-52). Resim 1'de görüldüğü üzere kahve bitkisinin geniş yapraklı yapısı içinde olgunlaşmayı bekleyen yeşil kahve çekirdeği, bütün dünyayı etkilemiş ve insanlar tarafından aranan bir ürün olmayı başarmıştır.

Kahve, dünyada en çok tüketilen içeceklerden olmasının yanı sıra, uluslararası ticarete petrolden sonra en önemli emtia konumundadır. Ayrıca kafein dünyada en popüler yasal uyuşturucu olarak tanımlanırken, bu yasal konuma ve popülerliğe giden dolambaçlı bir yol izlediği görülmektedir. Kahve, statüsünü farmakolojik etkileri kadar, erdemli ve de zararlı olarak görülen sosyal rolüne borçludur. Küresel anlamda baharat ticaretinin bir ürünü olan ve modern toplumun alışkanlığı haline gelen kahve, bugün Antarktika hariç, Afrika'dan Orta Doğu'ya, Avrupa'ya, Kuzey Amerika'ya, Latin Amerika'ya ve XX. yüzyılın ortalarından itibaren giderek Asya'ya ve Japonya'ya kadar tüm dünyaya yayılmıştır. Kahvenin sosyal bir ilaç olarak küreselleşmesi ile farklı kimliklere bürünmesi, heterojen sosyal dünyada, etnik ve dini kimliklerde, sembolik ritüellerde, farklı mutfaklarda ve çeşitli yerel kültürlerde çarpıcı biçimde farklı roller oynamasına neden olmuştur (Topik, 2009, s.81). Yaklaşık 500 yıldır insan hayatında olan kahvenin özellikle son 20-30 yılda kullanımının arttığı görülmektedir. Bunun nedeni; kahve dükkanlarında internetin yoğun kullanımı, çalışma, sosyalleşme, rahatlama ve kafein- enerji ihtiyacını karşılamak için insanların kafelere yönelimini açıklayabiliriz. Kahve dükkanlarının yaygın hale gelmesinin küresel kültürü etkileyen

önemli bir faktör olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Günümüzde uluslararası ilişkileri etkileyen, ekonomik bir unsur olarak öne çıkan kahve, o olmadan bildiğimiz dünyanın olmayacağı kanıtı gibidir (Tucker, 2011, ss.3-4).

Kahvenin yaşadığımız dünyaya etkisi o kadar büyük olmuştur ki, artık onun olmadığı bir coğrafya veya kültür kalmamıştır. Kahve tüketen burjuvazi kültürünün ticari hayata etkisi ve devrimci rolü olmuştur. En önemli devrimci etkisi; artık daha az alkol tüketilmesi ve alkolün yerine kahve tüketilmeye başlanmasıdır. Burjuvazi tüccarları işlerini hızlandırmak ve ticaret yollarının kontrolünü elde etmek için, ‘önce gelen işini görür’ davranışıyla hareket etmeye başlamış, günümüzün “vakit nakittir” mottosuna dönüşmüştür. Kahve sayesinde açık ve berrak bir zihin, burjuvazinin erdemi haline gelmiştir. Kahvenin ortaya çıkan zaman baskısı nedeniyle, beslenme davranışları üzerindeki etkisi hissedilmiştir. Önceleri kentlerde başlayan değişim, daha sonra kırsal bölgelere yayılarak ilerlemiştir. Öğünlerin hazırlanması ve tüketilmesi için harcanan zaman, hız baskısı altında çalışan işçi sınıfının, daha önce beş olan öğün sayısı üçe, hatta ikiye düşürmeye zorlanmıştır (Heise, 2001, s. 98).



Resim 1.Kahve çekirdeği. (URL 1)

Belli bölgelerde düşük gelirli işçi sınıfının ise karnını doyurmak için günde üç öğün kahve içtiği, öğün üzerindeki bu değişime işçi ücretlerinin kahve ile ödenmesinin de sebep olduğu söylenebilir. Beslenme davranışlarındaki bu değişim, daha sonra sabah çorbasının kahve ile ikame etmesi sonucunu tetiklemiştir. Endüstri devrimi içinde kahvenin yaygınlaşmasının nedeni; çabuk pişirilmesi, ikame edilmesi veya ikame maddelerle çoğaltılmasının yanı sıra, keyif verirken sohbeti geliştirmesi ile ilgili olmuştur. Endüstri devriminin ilk çocuklarının kahve ile olan ilişkisinin farklı olduğu görülmüştür. Örneğin 1800'lü yılları izleyen dönemde, Avrupa'nın zengin bölgelerinde yaşayan hemen her köylünün haftada bir gün (pazar günü) kahve içtiği aktarılmıştır. Kahve, beslenme davranışları üzerindeki etkisi ile birlikte sosyal hayata etkisini farklı noktalardan hissettirmeye devam etmiştir (Heise, 2001, ss. 99-101).

XVII. yüzyılda bilimler arasında iş bölümü görülmeye başlanırken, İngiliz ve Fransız bilim adamları, zamanlarının büyük bölümünü kahvehanelerde geçirmeye başlamıştır. Bu dönemde Londra'da kahvehaneler için halk arasında "*Peni Üniversiteleri*" tabiri kullanılmıştır. Eğitim alanında yaşanan bu değişim, 1746 yılında Leipzig Üniversitesinde edebiyat profesörü olan Christian Fürchtegott'a "*en kötü kahvehaneler bile okul ve üniversiteden daha iyidir*" şeklinde fikrini açıklamıştır. Peni üniversitelerinin bazıları bu serzenişi haklı çıkarır durumdadır. Oyun ve eğlenceye kıyasla iletişimin üst seviyede olduğu bu kahvehaneler, kusursuz bir alim yetiştirme mekânı haline dönüşmüştür. Örnek olarak Royal Society'in müdavimlerinin de bulunduğu "Grecian Coffee House" da yer alırken, Hans Sloane, Edmund Halley ve Isac Newton gibi ünlü simalar söz konusu mekânın kullanıcılarından olmuştur. Aktarılan bir bilgiye göre, seçkin kişilerin bulunduğu bu mekânda, meraklı izleyiciler ile *Thames* nehrinde yakalanan bir yunusa otopsi yapılmıştır. Aynı özelliğe sahip bir diğer kahvehane de Berlin'de, Prusya Kralının onayladığı kişilerin üyesi olduğu, Kraliyet Bilimler Akademisi görevlilerinin zaman geçirdiği "Gelehrtes Kaffeehaus" olmuştur (Heise, 2001, s.143).

Günümüz gazeteciliğinin temeli de kahvenin iletişim etkisine dayanmaktadır. Avrupa'da XVII. Yüzyılda düzenli olarak yayımlanan gazetelerin kurulmasına ön ayak olan burjuva bilincinin oluşması ile İngiltere ve Fransa'da bulunan kahvehanelerin yakın ilişkisi bulunmaktadır. Daha önce haber almak için kullanılan postane, çarşı, kilise ve meyhane gibi mekânlar, kahvehanelerin ortaya çıkmasıyla toplumun merkezinden çıkmıştır. Londra kahvehanelerinde kamuoyu oluşturma süreci

1700'lü yıllardan sonra ancak gerçekleşmiştir. Günümüzde *Guardian* gazetesi o dönem doğrudan doğruya *Button's kahvehanesinin* yayın organı durumundadır. Kahvehane kurulduğu anda gazetenin ilk sayısı yayınlanmıştır, 1713'te kahvehanenin duvarına asılan kutu ile okur mektupları vb. yayınlar toplanmaya başlamıştır. Bu tarihten 20 yıl sonra Hamburg'da, 1724-1726 yılları arasında yayın yapan *Der Patriot* gazetesi yayınlamış ve 5000 tiraja ulaşmıştır. 1733-1734 yılları arasında ise İsveç'in başkentinde aydınlanmanın yolunu açan Olof Dalin'in kurucusu olduğu ilk haftalık siyasi gazete çıkmıştır. İtalya'da da benzer girişimler yaşanmış ancak toplumun koyu Katolik yapısı nedeniyle beklendiği gibi ilerleme olamamıştır. Kahvehaneler ile gazeteler arasında yaşanan bu sıkı etkileşim, XIX. yüzyılın sonunda çok büyük boyutlara ulaşmıştır. Almanya'da 1887 yılında yaklaşık 6500 gazete yayımlandığı düşünülürse, kahvehane de haber tüketimi daha net anlaşılmaktadır. Kahvehaneler ve basın faaliyetlerindeki bu karmaşık ilişki, haber üretimi ve tüketimindeki rolü yanında kitapçılık alanına da destek olmuştur (Heise, 2001, ss.144-151).

Kahve keşfedildiği günden itibaren, sosyal hayatın gelişimine katkı sağlamış, kahvehanelerin kültürel kurumlar ve yeni bir toplumsal odak haline gelmesini sağlamıştır. Sosyalleşmenin simgesi olan kahve, keşfi ile başlayan zamandan günümüze sevilerek tüketilmektedir. Toplumdan ve kültürden kültüre farklılaşan hazırlama, kavurma, pişirme, sunum biçimleri ile çeşitlenen kahvenin, en özel hazırlama ve sunum tekniklerine Türk toplumunun sahip olduğu bilinmektedir. En önemli ticari mal konumuna erişen kahvenin Türkler ile tanışması, Osmanlı Devleti'nin Mısır'ı fethetmesiyle olmuştur.

2.1.1 Osmanlı Devlet'inde kahve ve kahvehane kültürü

Osmanlı Padişahı I. Selim'in 1517 yılında Mısır'ı fethi sonrası Yemen coğrafyası ile tanışmış ve kahve ile anılan ülke olmuştur. Türk kültüründe konukseverlik simgesi olan kahvenin, gündelik hayata dâhil olması ise kolay olmamıştır. Kahve için dönemin adalet temsilcisi ve uygulayıcısı olan kadıların haram veya helal tartışmaları, hekimlerin uyuşturucu olup olmadığına karar vermeleri büyük tartışmaları beraberinde getirmiştir (Ulusoy, 2011, ss.160- 161). Osmanlı Devleti'nde ilk kahvehanelerin Halep civarlarında ortaya çıktığı bilinmektedir. 1604 yılında Halep şehrini tasvir eden bir seyyah, kahvehaneleri; güzel inşa edilmiş, zengin donatı elemanları barındıran, çok sayıda lamba ile tefriş edilmiş ve yoğun ziyaretlerin akşam

saatlerinde yapıldığı mekânlar olarak aktarmıştır. 1600'lü yıllarda kahve içeceği tüm Osmanlı Devleti içinde bilinirken, özel misafirliklerde bir ritüel olarak görülmektedir. İstanbul'da ilk kez 1517 yılında kahve içildiği bilinmektedir (Heise, 2001, s.21). Daha sonra Yemen Beylerbeyi olacak olan Özdemir Paşa'nın 1517 yılında, hayran olduğu kahve içeceğini İstanbul'a getirmesi ile kahvenin İstanbul serüveni başlamıştır. Türklerin yeni pişirme teknikleri ve sunumları ile "*Türk kahvesi*" tanımı ortaya çıkmıştır. Kahve kısa zamanda saray mutfağında, saraya yakın insanların konaklarında ve diğer şehir sakinlerinin evlerinde kendisine hızla yer bularak bir tutkuya dönüşmüştür. Kahvenin hızlı dönüşümü beraberinde kahvehanelerin oluşmasına ve sosyal hayat ile kopmaz bir bağ kurmasına neden olmuştur (Ulusoy, 2011, ss.160-161). Fernand Braudel'e göre ise; Osmanlı Devleti'ne ilk kez 1511'de kahve kullanıldığı iddiasına karşın, Peçevi İbrahim Efendi 1554'te kullanıldığını aktarmıştır. Peçevi İbrahim Efendi, 1554'e kadar kahve ve kahvehanelerin Rumeli bölgesinde tanınmadığını yazmıştır. Kâtip Çelebi'nin aktardığı bilgi ise İstanbul'da yaşayanların kahve ile tanışmalarının 1543 yılı olduğudur (Taştan, 2009, ss.63- 64). Ulaşması ve kullanılması ile ilgili farklı aktarıcıların ilettiği çeşitli tarih noktalarının oluşmasına karşın kahvenin, XVI. yüzyılın ilk yarısında İstanbul'a ulaştığı anlaşılmaktadır.

Kahvenin İstanbul'da yayılmasının ardından, ticari yönünün fark edilmesi de çok uzun sürmemiş ve ticari bir içecek olarak satıldığı kahvehanelerin sayısı hızla artmıştır. Kahvehaneler başlangıçta birçok yerde bulunan şaraphaneler ile eş tutulmuş, onların kötü şöhretini paylaşmak durumunda kalmışlardır. Tavernaların yasadışı işletilen şaraphaneler olarak algılanması nedeniyle meyhane sahipleri, toplumsal hiyerarşide fahişe, gezgin, cambaz gibi benzer gruplar ile aynı sınıfta anılmıştır. Daha sonra durumun yanlış olduğunun anlaşılmasıyla kahvehaneler, konuk ağırlamak üzere kullanılan eşsiz bir kamusal mekâna dönüşmüştür (Heise, 2001, s.21).

İlk zamanlarda İstanbul'da özellikle ulema cephesinden kahve içeceğine tepkiler gelmiş ve bu içeceğin haram olup olmadığı ile ilgili tartışmalar yaşanmıştır. Fakat tüm bu tartışmalara karşın içecek yoğun talep görmeye (bu içeceğe düşkün olan ulema mensubu olduğu aktarılmaktadır) devam etmiştir. İstanbul'da ilk kahvehane Halep'li Hekim ve Şamlı Şems adında iki kişi tarafından açılmıştır. 1551 yılında, Tahtakale'de büyük bir kahvehane açan bu kişilerin ardından yeni kahvehaneler açılmaya devam etmiştir (Taştan, 2009, ss.63- 64). İstanbul'da kahvehaneler toplumsal hayata katılmadan önce, sosyal yaşama hâkim unsurlar çekirdek aile ve bunların birlikte

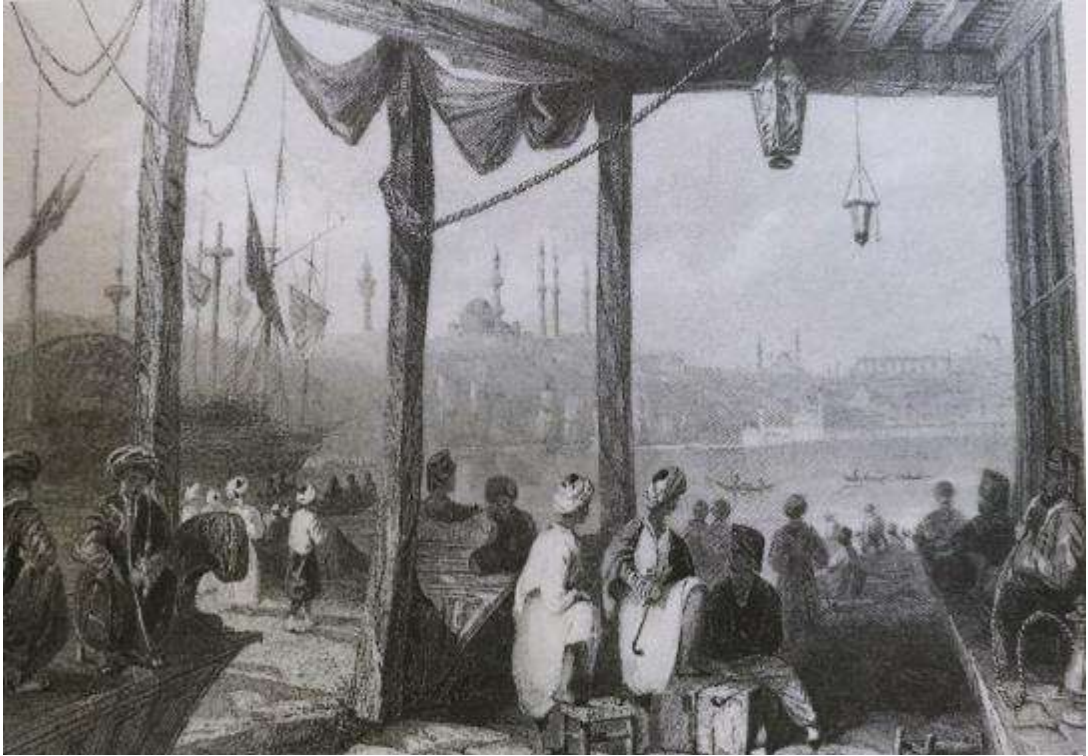
bulunduğu sivil konutlar, camii ve ticari hayatın sürdürüldüğü çarşılar olmuştur. Kahvehanelerin açılması, ev-cami-çarşı üçgeni dışında yepyeni alternatif bir mekân yaratmıştır (Sökmen, 2019, s.17).

Kahvehanelerin buldukları sosyal çevreler, farklı tipte kahvehanelerin ortaya çıkışına zemin hazırlamıştır (Ürer, 2010, ss.6- 10). İstanbul'daki kahvehaneler erkeklerin buluşarak bilgi alışverişinde buldukları, oyun oynadıkları, tütün içtikleri, hikayeler anlattıkları ve evin dışında sohbet ettikleri kamusal bir alan yaratmıştır. XVII. yüzyılın ilk yarısında İstanbul'daki kahvehanelerin sayısının yaklaşık 600 adet olduğu aktarılırken, verilen rakamların güvenilir istatistiklerden çok gözleme dayandığı anlaşılmaktadır. İstanbul'daki kahvehane sayısı için ilk ve tek güvenilir resmi rakamlar, 1790'lı yıllarda yapılan genel iş gücü araştırmasından elde edilmiştir. Araştırma sonucunda, yaklaşık 300-400 bin nüfusu olan İstanbul'un dar sokaklarını dolduran 1654 kahvehane olduğu ve her sekiz dükkândan birinin kahvehane olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Bu durum, Osmanlı başkenti olan İstanbul'u ziyaret eden pek çok Avrupalı gezgini şaşkınlığa uğratmış ve şehrin bu durumu "*büyük bir kahvehane*" gibi görüldüğünü aktarmıştır (Kırlı, 2015, ss.161- 171).

Araştırmaya konu olan dönem içerisinde İstanbul'un tüm mahallelerine yayılan kahvehaneler, çeşitli meslek ve sanat gruplarına göre de şekillenerek yayılmıştır. Resim'2 de İstanbul'da hizmet veren kahvehane örneği görülmektedir. Ortaya çıkan bu kahvehaneler; esnaf kahvehaneleri, yeniçeri kahvehaneleri, tulumbacı kahvehaneleri, aşık kahvehaneleri, semai kahvehaneler ve meddah kahvehaneleri olarak sınıflanmıştır. Kahvehane türleri birbirlerinin kültürel ve sosyal altyapısına ve mirasına sahip çıkarak ilerlemiştir. Mahalle kahvelerinden sonra ortaya çıkan ilk kahvehaneler esnaf kahvehaneleridir. Bu kahvehaneleri kullananlar arasında bir grup inşaat işçisi, hamal, seyyar satıcı, ırgatlar ve kayıkçılar iken, özellikle Beyazıt-Aksaray bölgesinde kurulan kahvehaneleri orta ve üst sınıf tüccar ve esnaflar yoğunlukla kullanmıştır. Bir kısım tüccar da bu mekânları ticari büro işlevinde değerlendirmiştir (Sökmen, 2019, ss.18- 34). Sosyal hayata katılan esnaf kahvehaneleri günümüzde de farklı çalışma kollarında bulunan insanların hayatlarının kesiştiği mekânlar konumundadır. Örneğin sinema veya tiyatro oyuncularının bulunduğu kahvehaneler "artist kahvehanesi" olarak adlandırılmaktadır. Bir diğer sosyal grubun oluşturduğu kahvehaneler ise yeniçeri kahvehaneleridir. XVII. yüzyıldan itibaren yeniçerilere evlenme izni verilmesi ile yeniçeri askerler kışla dışına çıkmış ve esnaf olma çabası

göstermişlerdir. Yeniçeriler içerisinde nüfuz sahibi olan kişilerin kahvehane açma izni alabildiği, mekânı askeri ve dini disiplin içinde işlettikleri izlenmiştir. Büyük ve oldukça gösterişli olan yeniçeri kahvehanelerinin, İstanbul'un deniz gören yamaçlarında veya kazıklar üstünde deniz içinde kuruldukları anlaşılmaktadır. Bu kahvehaneler, II. Mahmut tarafından Yeniçeri Ocağı'nın kapatıldığı 1826 yılına kadar hizmet vermiştir (Ürer, 2010, ss.6- 10).

Yeniçeri kahvehanelerin kurulması ve yönetimi sırasında çeşitli sorunlar yaşanmış ve yeniçeri ocağının kapatılması neticesinde de bu kahvehaneler yıkılarak bertaraf edilmiştir. Yeniçeri ocağının kapatılması ile 10 binden fazla kahvehanenin yıkıldığı aktarılmıştır. Yeniçeri kahvehanelerin mirasına tulumbacı kahvehanelerinin sahip çıktığı söylenebilir. Yeniçeri kahvehanelerinde oluşan sözlü kültür geleneği, II. Meşrutiyet'in ilanına kadar tulumbacı kahvehanelerinde sürdürülmüştür. Bu kahvehaneyi kullanan kişiler, yeniçeri kahvehanelerindeki asker-esnaf yapısının aksine, külhanbeyi-kabadayı insan tipiyle ünlenmiştir. Başka bir kahvehane türü olan aşık kahvehaneleri ise, adından anlaşılacağı üzere "aşık" olarak tanınan saz şairlerinin kullandığı mekânlar olmuştur. Bu kahvehanelerin sözlü kültür çalışmaları ve birikimleri saray çevresinde yaşayan klasik şairler tarafından aşağı görülmüş ve dikkate alınmamıştır (Sökmen, 2019, ss. 37-41). Aşık kahvesinin müdavimleri,



Resim 2.İstanbul limanında bir kahvehane 1839. Heise, s.23

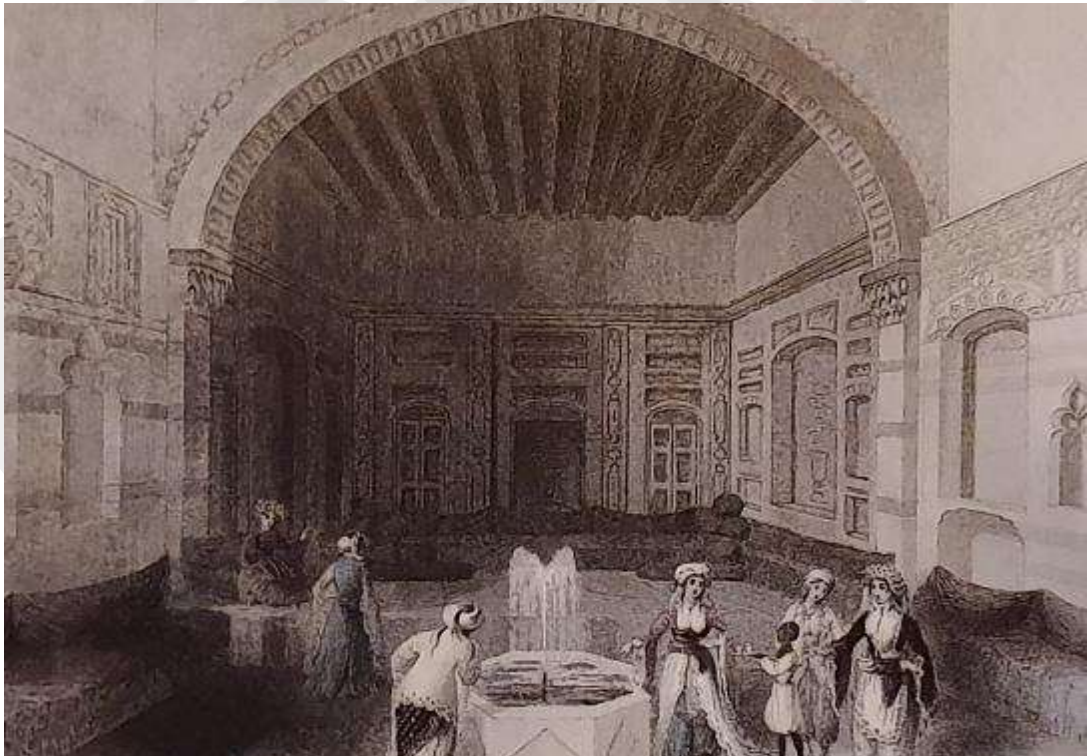
Tanzimat döneminden sonra semai kahvehanelerine gitmeye başlamıştır. Bu kahvehaneler çalgılı eğlencelerin yapıldığı, oturma düzeninde yapılan düzenleme ile gösteri sırasında sahneye bakan bir tiyatro halini alarak hizmet vermiştir. II. Abdülhamit dönemiyle birlikte bu mekânlarda alafranga müzikler görülmeye başlamıştır (Ürer, 2010, ss.6- 10). Kültürel hizmet bağlamında kahvehane türleri içinde önemli temsilci “*Meddah kahvehaneleri*” dir. Meddahlık geleneği sözlü tarih aktarıcılığı veya hikâye anlatıcılığı, yüzyıllardan beri görülen bir olgudur. Meddah kişiler kahvehaneye gelen insanlar için dedelerinden veya yaşlı kişilerden işittikleri hikâyeleri anlatmışlar, gerekli hallerde seslendirme yapmış ve topluluğu etkilemeyi başarmışlardır. Bu özellikleri nedeniyle kahvehane sahipleri meddahları konuk olarak çağır ve müşteri sayısını böylece artırırlarmış. Bu tür kahvehanelerin kendilerine has mekânları olmamasından dolayı, farklı türde kahvehaneler belli zamanlarda meddah kahvehanesi olarak kullanılmıştır (Yıldız, 2007, s.44).



Resim 3. Bir "Tatar" kahvehanesinde meddah, 1860 civarı. Kahve ve kahvehane, s.29.

Osmanlı Devleti'nde edebiyat ve sanat tutumu içinde kahve ve kahvehane konusu birkaç örnek hariç genel olarak dışlanmıştır. Kahvehaneler içinde halk sanatını anlatan meddahlar, halk ozanları ve öykü anlatıcılarıdır. İslam coğrafyasının her köşesinde görülen öykü anlatıcılığı, babadan oğula geçen bir meslektir. Öykü anlatıcılar, atalarından öğrendikleri sözlü tarihi ve bağlantıları aktararak kolektif belleğin oluşmasında önemli rol oynamıştır. Resim 3'te görülen Türk öykü anlatıcısı

meddahlar, kendilerini saygıyla dinleyen kahvehane müşterilerine, efsanelerden ziyade güncel olayları aktarmaktadır. Karagöz oynatıcılarının bulunduğu kahvehanelerde müşteri yoğunluğunun arttığı nakledilmiştir. XX. yüzyıla kadar Arap ve Türkiye coğrafyasında, canlı halk edebiyatının üretim ve sergileme yerine dönüşmeyen kahvehane neredeyse kalmamıştır. Yapılan incelemelerde, kahvehane mekânlarının Osmanlı-Türk mimarisine kayda değer bir yenilik getirmediği görülmüştür. Resim 4’te taş baskı resimde görüldüğü üzere, köşk veya çadır gibi temel mimari unsurlar çepeçevre peykeler ya da sedirler gibi iç mekân tasarım unsurları ile geleneksel yapı ve tefriş biçimiyle örtüşmektedir. İç- dış mekân ayrımı kilitlenebilir pencere kanatları ile sağlanırken, büyük duvar açıklıkları, dış cepheye taşan revaklar, farklı yönleri görebilen katlı veya tek katlı kameriyeler gibi mimari unsurlar ile sağlanmıştır. İşletme sahibinin bütçesine göre sıra, paravan, nargile sehpası, meşale ve mumluk, müzisyenler için platformlar, ayna veya fiskiyeler bulunmaktadır. Osmanlı kentlerinde kahvehanelerin özellikle manzaralı konumlara kurulduğu aktarılmış ve şehir veya deniz kıyısı, park yakınında hizmet verdikleri görülmüştür (Heise, 2001, ss.25- 29).



Resim 4. Osmanlıda kahvehane iç mekân örneği 1840 civarı. Kahve ve kahvehane, s.37

Bir Avrupalının hayal edebileceğinden çok daha şatafatlı tasarlanan Osmanlı kahvehanelerinin iç mekânı incelendiğinde; genel olarak “orta meydan” diye adlandırılan bir avlu, derinliği bir metre ve yerden yüksekliği 25-30 cm olan bu

meydanın üç veya dört cepheyi kaplayan sedirleri bulunmaktadır. Mekânın bir köşesinde gelen ziyaretçilerin ayakkabılarını çıkarması için kunduralık bölümü, orta bölümünde serinlik veren bir havuz ve 20-25 hatırlı misafir veya nüfuzlu kişi için “*kerevetli baş sedir*” diye adlandırılan kahve ocağının karşısında bir bölüm yer almaktadır. Kahvenin sadık ziyaretçileri veya tiryakileri için de baş sedir yanında bulunan bölüm bulunmaktadır. Kahvehanenin odağında ve en yüksek yerinde kahve ocağı bulunurken, ocak etrafında bulunan raflara çeşitli obje ve eşyalar yerleştirilmiştir. Başlangıçta farklı meslek grupları kullanmış olsa da kahvehanelerin açılmasıyla özellikle berber, dişçi, sünnetçi gibi meslek erbabları bu mekânları kullanarak hizmet vermiştir. Sergilenen objeler arasında bu meslek erbablarının kullandığı alet ve gereçler kahvehanenin bir bölümünde sergilenmektedir. Kahvehanenin bu kadar çeşitlilik içermesi, insanların kahvehaneleri ziyareti için çeşitli bahaneler bulmasına da yol açmıştır.

XVI. yüzyıldan itibaren hızla yaygınlaşan kahvehaneler, insanların arkadaşları ile buluştuğu ve eğlenmek için bu mekânları tercih ettiğinin kanıtıdır. Ayrıca seyyar olarak dolaşan kahve tezgâhlarının yaygınlaşmamış olması asıl amacın kahve içmek değil, sosyalleşme ihtiyacı olduğunu göstermektedir (Yıldız, 2007, ss. 46-54). Kahvehane, Naima’ya göre “*güzel konuşmaların toplantı yeri*”, Nihad Sami Baranlı ise “*akademik muhit*” olarak tanımlamıştır. Bu tanımlara bakıldığında, kahvehane mimarisi sohbet etme temelinde şekillenmiş ve tasarlanmıştır (Ürer, 2010, s.5).

Kahvehaneler eğitilmiş insanlar için sohbet, bilgi alışverişi, fikir tartışmalarının yapıldığı mekânlar konumuna gelirken, önemli toplumsal olay ve gelişmelerin konuşulması nedeniyle Osmanlı Devleti yönetimi için tehdit unsurları haline gelmiştir. Haram-helal, yasak-serbest tartışması yaşanan süreçlerin ardından XIX. yüzyıldan itibaren dine aykırılık tartışmasından kurtulan kahvehaneler, bu defa ahlak tartışmalarının içinde yer almıştır. Her türlü içki ve afyon maddesinin kullanıldığı, kavgaların yaşandığı kahvehaneler, dönemin siyasi yöneticileri tarafından yakından takip edilmiştir (Ulusoy, 2011, s.162). Kahve içilmesinin engellenmesi için fetvalar çıkarılmış, vergiler konmuş ve çeşitli zorlamalara maruz kalınmıştır. Osmanlı’da kahvehanelere yönelik ilk ciddi engelleme 1545 – 1574 yılları arasında Şeyhülislam Ebussuud Efendi tarafından yapılmıştır. Yazdığı fetva sonucu kahveler denize dökülmüş, kahvehaneler kapatılmış ve limanda bekleyen kahve yüklü gemiler zeminleri delinerek batırılmıştır (Yıldız, 2007, ss. 55).

İlerleyen süreçte kahvenin kömürleşinceye kadar kavrulmasının haram olduğuna dair fetvalar yazılmış ancak kahve tüketimi yine de engellenememiştir. Kahve için bir yasaklama girişimi de IV. Murat döneminde yaşanmıştır. Yönetimin beceriksizliği ile ilgili söylentilerin kahve mekânlarında konuşulmasından rahatsız olan Sultan IV. Murat, kahvehanelerin bir daha açılmamak üzere kapatılmasına karar vermiştir (Taştan, 2009, ss.66- 68). Osmanlı devlet yönetimi kahvehanelerde “*devlet sohbeti*” yapılıp yapılmadığını kontrol etmek için bu mekânlara hafiyeler yerleştirerek, düzenli bilgi akışı sağlamaya çalışmıştır. Bu istihbarat çalışması için kahvecilerin bir kısmı devletin maaşlı hafiyesi olarak kullanılmıştır. 1800’lü yıllara ait belgeler, devletin istihbarat için kahvehaneleri ve kahvecileri kullandığını, toplanan istihbaratın 2/3 gibi büyük bir kısmının bu mekânlardan elde edildiğini açıkça göstermektedir (Yıldız, 2007, ss. 56-57).

Osmanlı toplumunda tutkuyla tüketilen kahvenin içilmesine yönelik engellemeler, yasaklar ve fetvalar çok uzun süreli olamamıştır. İnsanların birlikte sohbet ettiği, fikirlerini aktardığı, eğlendiği, tartıştığı bu mekânların önemli bir sosyal işlevi olduğu açıktır. Türk toplumu için kahve, sohbetin tadı olmuştur. Kahvenin bulunmadığı sohbetler yarım olarak tarif edilirken, bir kahveye kırk yıl ömür biçilmesi de kahvenin sosyal hayattaki etkisini gözler önüne sermektedir (Ulusoy, 2011, s.161). Kahvenin dostlukları pekiştirmedeki rolünde elbette kahvenin sunumunun da etkisi olmuştur. Osmanlı toplumu, kahve sunumunu ve içim şeklini çeşitli törenler ile zenginleştirmiş ve yaşatmıştır. Kahveyi çiçek veya bitkiler ile hazırlayarak sunan ve bu siyah içecekten bir kültür ortaya çıkaran Osmanlı toplumunda, kahve sunulmadan önce misafirlere tatlı ikram edilmesi de kültürün ne kadar çeşitlendiğine en iyi örneklerden biridir. Tatlı sunumu için özel üretilmiş eşyalar, özel tasarımlı kâseler, su bardakları ve kaşıklardan oluşan değerli malzemelerden yapılmış takımlar ile servis edilmesi bu içeceğe yüklenen sosyal rolü göstermektedir (Demirli & Öztürk, 2010, s.37).

Kahve, Osmanlı’nın temasta olduğu diğer ülkeler ile de kısa sürede tanışmıştır. Kahvenin İstanbul’a ulaşmasıyla birlikte Avrupa ile olan ilişki başlamıştır. Osmanlılar tarafından Avrupa’ya tanıtılan kahve, Avrupa kıtasında “*Türk içeceği*” olarak adlandırılmıştır (Çoşan, 2019, s.59). Kahvenin Osmanlı halkının sosyalleşme ihtiyacını karşılaması ve tutku ile tüketilmesi diğer toplumların da dikkatini çekmiş ve farklı coğrafyalara dağılmasına neden olmuştur.

2.1.2 Avrupa’da kahvenin tarihi

Seyahat kayıtları ve tıbbi incelemeler üzerinden izlenebildiği kadarıyla, Avrupalılar kahvenin tadından ve ritüellerden haberdar olmalarına karşın, XVII. yüzyılın ikinci yarısına kadar bu içecek sosyal hayatta bir konuma erişmemiştir (Kırlı, 2015, s.162). Kahve çekirdeğini ilk olarak farklı nedenlerle Avrupa’ya götürenler, gezdikleri coğrafyada bu içeceklerle tanışıp, tiryakisi olan seyyahlar olmuştur. Taşıma nedenleri; egzotik bir şey ile eve dönme arzusu, bilimsel ilgi, botanik bilim ve en önemlisi de gizli bir niyetle ticaretini yapma arzusu olarak sıralanabilir. Hollandalı botanikçi Charles Lecluse, 1574 yılında bilimsel inceleme için kahve çekirdeklerini önce İtalyan meslektaşlarına göndermiştir. Düzenli olarak kahve içtiği bilinen ilk kişilerden biri İngiliz Doktor William Harvey’dir. Kahve ile Avrupa’da ilk tanışan kişi Augsburg’lu doktor ve botanikçi Leonard Rauwolf’tur. 1573 yılında Halep’te kahve ile tanışan Rauwolf, 1582 yılındaki yayınlamış olduğu “*Şarktaki ülkelere seyahat*” kitabında, kahveyi özellikle anlatmıştır. Kitapta, kahvenin renginden, hangi saatlerde tüketildiğinden, mekân seçimi ile sunumu sırasında kullanılan kaplardan detaylı şekilde söz edilmiştir (Çoşan, 2019, s.59).

1644 yılında Fransız Pierre de la Roque, İstanbul’dan bir miktar ham kahveyi ve kahve pişirmede kullanılan araç ve gereçleri Marsilya’ya götürmüştür. Burada ikram ettiği bu yeni içeceğe özellikle hekimler tarafından yoğun ilgi gösterilmiştir. Roque daha sonra kahvenin ticareti ile ilgilenmiş fakat ilk başlarda beklediği talebi görememiştir. Ancak 1660 yılına gelindiğinde 19 bin katar ham kahvenin, Marsilya limanından hiç çıkmadan tüketildiği kayıt altına alınmıştır (Heise, 2001, ss.31- 32). Kahve ile ilk tanışan Avrupa halkının, Venedikli tüccarlar sayesinde İtalyanlar olduğu bilinmektedir. Venedikliler, kahvenin tadına olan aşinalıkları ve ticari öngörülerini ile 1570’li yıllardan itibaren kahveyi İtalya’ya taşımışlardır. Venedik’te ilk kahvehane 1645 yılında açılmış ve 1743 yılında şehirde 218 adet kahvehane kurulmuştur. Kahve, İtalyan tüccarlar tarafından Venedik, Torino, Cenova, Milan gibi şehirler üzerinde Avrupa’nın diğer şehirlerine aktarılmıştır (Taştan, 2009, s.73).

Sultan IV. Mehmet 'in Fransa Türk Büyükelçisi Süleyman Ağa’ya yaptığı sunum sonrası XIV Louis’in lüks partilerde konuklarına kahve servis ettirdiği ve böylece kahvenin Fransız sosyetesinde arasında popüler hale geldiği bilinmektedir (Um, 2009, s.39).

Montesquieu'nün Paris kahvehaneleri hakkında 1721 yılında yazdığı mektuplarında;

“Paris'te kahve oldukça fazla kullanılmakta ve bu kahve dağıtılan mekânlar her yere dağılmış durumdadır. Bu mekânların bazılarında haberlerden konuşulurken bir diğerinde satranç oynanmaktadır. Kahvenin içenlere ruh verecek şekilde hazırlandığı bir tane var: en azından kafeden ayrılanlar, girerken niyet ettiklerinin dört katı kadar içtiklerine kimse inanmıyor.”

diyerek, kahve mekânlarını ve mekânlarda yaşananları tasvir etmiştir (Rittner vd., 2013, s.13). 1670 yılında, kahvenin tüccarlar sayesinde Fransa'dan sonra Almanya'ya ulaştığı bilinmektedir. Almanya'nın Regensburg şehrinde 1670 yılında “Cafe Prinzess” adında ilk kahvehane kurulurken, 1712 yılında Stuttgart'ta, 1721 yılında Berlin'de kahvehaneler kurulmuştur (Çoşan, 2019, s.60).

Diğer taraftan 1683 Osmanlı'nın Viyana kuşatması ile Avusturya'nın Habsburg şehri kahve ile tanışmıştır. Osmanlı toplumu, İstanbul'dan başlayan ve günümüzde küresel kahve tüketimiyle ilişkilendirilen sosyal gelenekleri başlatmış ve aktarmıştır (Um, 2009, s.39). İtalyan tüccarların Avrupa'ya ulaştırdıkları kahve çekirdekleri, tüm şehirlerde etkisini hissettirirken, bir ada ülkesi ve de Endüstri Devrimi içerisinde önemli bir rol üstlenen İngiltere'de beklenen popülerliğe ulaşamamıştır. Bu sonucun nedenleri arasında 1600 yılında Kraliçe Elizabeth'in Doğu Hindistan şirketini kiralaması ve Akdeniz havzasından İngiltere'ye kahve ithalatının yapılamaması yer almaktadır. Bu nedenlerin sonucunda İngiliz halkının popüler içeceği çay olmuştur (M. C. Iomaire, 2012, s.2).

Kahvehanelerin Batı Avrupa'ya yayılması; Osmanlı tebaası Rumlar ve Ermeniler aracılığıyla gerçekleşmiştir. Batı Avrupa'da ilk kahvehane 1650'de Oxford'da, iki yıl sonra ise Londra'da bir Rum tarafından açılmıştır. Amsterdam'da ilk kahvehaneler 1660'lı yıllarda görülürken, Fransa'da 1670'li yıllarda Paris'te ve Marsilya'da kahvehane açma ruhsatı verilmiştir. XVIII. yüzyılın başlarında kahve her yerde bilinir hale gelmiştir. Avrupa'nın büyük şehirlerinde mutlaka en az bir kahvehane açılmıştır. 1840'larda İstanbul'da 2 bin 500 kadar kahvehane bulunduğu görülürken, Avrupa başkentleri içinde kahvehanelerin sayısı gün geçtikçe artmıştır. Özellikle XVIII. yüzyılda Londra'da her yerde kahvehane açılmıştır. 1734'te önemli sayıda lisanssız kahvehanenin yanı sıra, 551 ruhsatlı kahvehane sayısına ulaşılmıştır. Sayıları birahane ve meyhanelerin egemenliği ile kıyaslanamasa da kahvehaneler Londra'da alternatif bir sosyalleşme mekânı haline gelmiştir. Paris'teki kafeler ise

Londra'daki emsallerine kıyasla olağanüstü bir başarı elde etmiştir. Paris'te 1789'da yaklaşık 3 bin kafe olduğu, bu sayının XIX. yüzyılın ortalarında 4 bin 500'e, 1870'te 22 bin ve 1890'ların sonlarında 30 bine ulaştığı görülmüştür. Kahve dünyada o kadar büyük bir tutukluyula tüketilmiştir ki, başlangıçta tanınmayan bu içeceğe karşı olan tepkiler, daha sonra ticari sebeplerden dolayı yeniden ortaya çıkmıştır. Kahve Avusturya'da başlangıçta göz ağrıları, gut hastalığı tedavisi ve ödem atılmasında ilaç olarak kullanılmıştır (Taştan, 2009, s.75).

İngiltere'de kahve ve kahvehaneleri toplumun tüm sınıflarından insanların deneyimlemeye çalışması, kahve karşıtı söylemlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. İngiltere'de kahveye karşı tepkilerin nedenleri arasında; erkeklerin aşırı kahve tüketmeleri sonucunda geleneksel eğlencelere katılmamaları, kahve tüketimi yüzünden iktidarsız oldukları söylentileri çıkarılmıştır. Kadınların bu mekânları kullanmalarına izin verilmediği aktarılmasına rağmen, bu konu ile ilgili çok az emir olduğu görülmüştür. Kadınlar, 1674 yılında kahvehanelerin yasaklanması ile ilgili bir bildiri yayınlamışlardır (Pincus, 1995, ss.815-824).

Kahvenin Avrupa'da ilaç olarak kullanıldığı fikrinin en önemli dayanağı eczanelerde satılmasıdır. Ancak buradaki söylentinin nedeni kahve ticaretine toplumun her kesiminden yoğun talebin olmasıdır. Kahvenin herkes tarafından ithal edilerek satma arzusu bir zaman sonra devletin bu noktalara denetim getirmesi sonucunu doğurmuştur. Ancak bazı kesimler bu izinlerin dışında kalmıştır. İzin alamayan eczacı ve doktorlar kahveye karşı bir kara propaganda yürütmüştür. Din adamları, halkı maneviyattan uzaklaştırdığı görüşü ile kara propagandaya dahil olmuşlardır. Bu mekânların halk nezdinde popülerliğinin artması tüm bu engelleme, karalama ve kısıtlama çabalarına rağmen başarısız olmuştur. Avrupalı tüccarlar, kahve içeceğinin ekonomik değerini kullanarak ürünü farklı coğrafyalara taşımıştır. Japonya kahveye coğrafi konum olarak çok yakın olmasına karşın, kahve içeceği ile XVII. yüzyılda Hollandalılar sayesinde tanımıştır (Grinshpun, 2014, s.6). Kahvenin büyüdü dünyasından etkilenen ve bunu bir yaşam tarzı ve kültürel servete dönüştüren, Avusturya ve başkentinde yaşayan Viyana halkıdır. Kahvenin bu toplum ile olan etkileşimi, yaşanan gelişmeler ışığında Avusturya'nın geniş ölçekte Avrupa kıtasında ve dünyada bir kahve kültürü ülkesi olarak algılanmasını ve tanınmasını sağlamıştır.

2.1.3 Viyana’da kahvenin tarihi

Osmanlı topraklarında yaşayan halkın öncülüğünde başlayan kahve tüketimi, Avrupa coğrafyası üzerindeki kültürlere göre de farklılaşmıştır. Avrupa’da XX. yüzyılın en önemli kültür başkenti olan Viyana’da, kahvenin büyük bir tutku ve toplumsal törene dönüşmesi çok sürmemiştir. Viyana’nın kahve ile tanışması Venedikli tüccarlar ve Osmanlı ile arasında yaşanan bir savaş ve kuşatma sonucu gerçekleşmiştir. 1683’te Viyana kuşatmasının ardından, büyük savaş ganimetleri arasında çok fazla miktarda kahve çekirdeği bulunmuştur (Lützelburg, 1939, s.112).

Bu bilgiyle beraber kahve ile ilgili en çok paylaşılan hikâye ise, Osmanlı Devleti’nin yaptığı şehir kuşatmasının başarısız olmasının ardından, kuşatmayı kaldıran Osmanlı ordularının, arkalarında çeşitli eşyalar ve gıdalar bırakmış olmasıdır (Demirli & Öztürk, 2010, s.32). Viyana’da ilk kahvehane 1638 yılında kurulmasına karşın, kent halkının en az 20 yıl öncesinde düzenli olarak kahve tükettiği ve bunların sadece aristokrat kesimi olduğu bilgisi bulunmaktadır (Heise, 2001, s.32).

Bu hikâyeye karşın, 1665 yılında Viyana’da, 1669 yılında ise Paris’te yaşananların kahveye hayranlığı artırdığını söylemek daha doğru olacaktır. İmparator I. Leopold ve Sultan IV. Mehmet bir barış anlaşması için saraylarına karşılıklı elçilik heyeti göndermiştir. Evliya Çelebi de Viyana’ya giden Türk elçilik heyeti içinde yer almış, seyahatnamesinde Viyana ve I. Leopold’u ayrıntılı olarak anlatmıştır (Pfeiffer-Taş 2020, 291-312). Osmanlı Devleti’ni temsilen Viyana’ya 300 kişi ile giden Kara Mehmet Paşa Viyanalılara muhteşem bir kahve içeceği sunumu yapmıştır. Geçmişte yaşananları unutarak sunumu görmeye gelen Viyanalılar, bu eşsiz Türk içeceğini tatmışlardır. Viyana arşivlerinde; Türk elçisinin 1666 yılında ayrılmasından sonra da, kahve tüketiminin devam ettiğini belgeleyen birçok bilgi bulunmaktadır (Heise, 2001, ss. 32-41). Kahvehanelerin ortaya çıkışını hızlandıran bu gelişmelerle birlikte, kahvenin Viyana’daki yolculuğu da başlamıştır. İlk kahvehane, Viyana kuşatmasında casusluk yapan Georg Franz Kalschitzky adı ile kullanılmasına karşın, bu kişinin kahvehanesi olmamıştır. Kuşatma sonrasında kahvenin etkisini gören Türk ve Ermeniler, Viyana’daki ilk kahvehaneleri açmışlardır. 1685 yılında Ermeni Johannes Diodato ilk kahvehane sahibidir. Arkasından 1703 yılında Isaac de Luca tarafından Resim 5’de görülen Stock-im-Eisen-Platz arkasında Schlossergasse’de açılan “*Zur Blauen Flasche*” (*Mavi Şişe*) adlı meşhur kahvehane açılmıştır (Pfeiffer Taş, 1999, s.206).

Viyana’da açılan bu ilk kahvehane daha sonra Viyana kahvehanelerinin temel tipine dönüşmüş ve yeni açılan kahvehanelere örnek olmuştur. Bu kahvehanenin diğer Alman şehirleri arasında taklitleri ortaya çıktığı da görülmüştür. Örneğin 1686’da Prag şehrinde, kısa bir süre sonra Nürnberg ve Regensburg’da, 1687’de Hamburg’da bir kahvehane açılmıştır. Bu hareketi 1694 yılında Leipzig, 1706 yılında Danzig ve Wittenberg şehirleri izlerken, 1712’de Stuttgart’ta bir kahvehanenin açılmasının ardından, bir yıl sonra Augsburg’da, sekiz yıl sonra ise Berlin şehrinde açılması izlemiştir (Lützelburg, 1939, s.112).

Viyana kahve tarihinde önemli dönüm noktalarından biri de 1803-1813 yılları arasında, Napolyon’un İngiltere ile Avrupa kıtası arasındaki ticareti engellemesidir. Bu engelleme sonucunda kahve çekirdeklerinden alınan vergiler yükselmiş ve kahveye erişmek imkânsız hale gelmiştir. 1808 yılında Avusturya’nın ticaret yasağına dahil olmasıyla, Viyana kahvehaneleri kapanma noktasına gelmiştir. Yasaklar karşısında gelişen olumsuzluklar sonucunda ilk etapta şarap ve sıcak yemek servisine izin verilmiştir. Yasağın kalkmasıyla beraber tekrar kahve ikramı başlamış, en başta sadece erkeklerin girişine izin verilmiş, daha sonra ise 1856 yılında kadınlarında kahvehaneleri kullanmalarına onay verilmiştir (Hummel, 2011).



Resim 5. Stock-im-Eisen-Platz 1779. (URL 2)

Viyana şehrinde kıta ablukası, ticaret savaşları ile gelişen ilişkiler ve yaşanan ekonomik zorluklara karşın, şehir hakkında yapılan araştırmalar ilginç sonuçları ortaya koymuştur. 1900 yılında yapılan bir araştırmada, bir milyon yedi yüz bin kişinin Viyana şehrinde yaşadığı ve 600'e yakın kahvehane bulunduğu aktarılmıştır. Avusturya-Macaristan genelinde kahvehane mekânlarının birçoğunun burjuva oturma odasının bir uzantısı olduğu ve lüks bir anlayışla tasarlanan ortak bir görsel kimlik içerdiği görülmüştür (Sabotič, 2013, ss.125-135). Viyana halkı, sadece kahveyi keşfetmekle kalmamıştır, kuşatma sırasında bir fırıncının dev boyutta ve hilal şeklinde yaptığı hamur işi Kipferl'ı da Viyana kahvesi yanında tüketme geleneğini başlatmıştır (Pfeiffer Taş, 1999, s.206). Alman prensleri tarafından Fransa'ya tanıtılan yiyecek, daha sonra Fransızlar tarafından "*kruvasan*" adıyla tüm dünyaya yayılmıştır (Baykan, 2019, s.371).

Avrupa kahvehanelerinin bazılarında Osmanlı kültürü özelliklerinin sürdürüldüğü örnekler görülmüştür. Kahvenin yanında şerbet ikram etme geleneği de bunlardan biridir (Bevilacqua & Pfeifer, 2013, s.96). Kahve, Osmanlı topraklarından farklı sosyal ritüellere sahip Avrupa şehirlerine dağılırken, ortaya yepyeni bir toplumsal kurum olan kahvehane olgusunu ortaya çıkarmıştır.

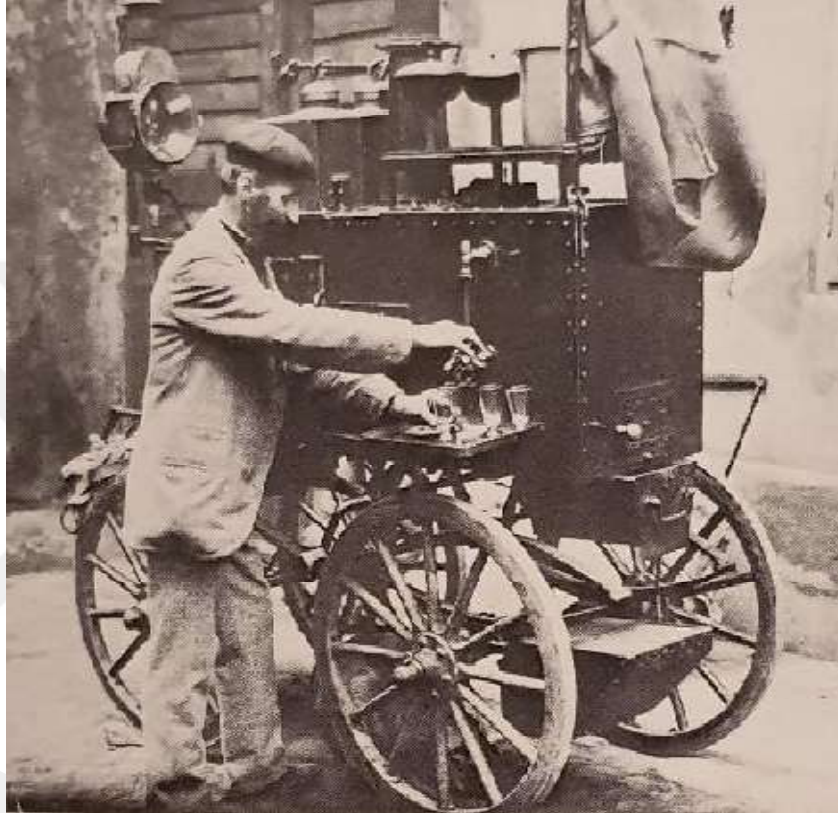
2.1.4 Kafe tanımı ve ortaya çıkış süreci

"Kafe" veya "Cafe", modern kent kültürünün gelişimiyle yakından ilişkili bir alan olurken, bir yanda gösteri, tüketim alanı olarak tanımlanmıştır. Bir taraftan da bu mekânlar yeni politik, sosyal ve yaratıcı fikirlerin doğuş yeri olmuştur. Kafe mekânı belirli bir öneme sahip olmasına karşın, kafe hayatının gayri resmi, rastgele ve devingen doğası nedeniyle bilimsel araştırmalar için oldukça dirençli mekânlar olmuştur (Ashby, 2013, s.1). "*Kahvehane öldü yaşasın kahvehane*" sloganıyla, kahve içmek için kamuya açık bir alanı kullanmak, bira veya şarap gibi tüketim alışkanlıklarının tamamen dışında bir davranış kalıbının ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bir kafeye gitmenin farklı neden ve beklentileri gruplara özgü karakteristik özellikler, farklı tipte kafelerin ortaya çıkmasına yol açmıştır. Kafelerin farklı hizmet kollarına bölünmesi tipik bir kahvehane tanımını imkânsız hale getirmiştir. Kahvehanenin nasıl olması veya olmaması mekânsal, zamansal, toplumsal ve ulusal olarak değişkenlik göstermiştir. Sayısız değişkenleri barındırması, bu mekânların dar bir kalıp içinde tanımlanmasını olanaksız hale getirmiştir (Heise, 2001, ss. 109-110).

Cafe için, küçük bir yeme içme tesisi ve tarihsel olarak süregelen sınırlı menüsüyle sadece kahve servisi yapılan işyeri olarak tanımlama yapılabilir (Britannica, 2021). Ülkemizde kafe, “içecek ve hafif yiyeceklerin satıldığı, bazılarında kapı önlerinde oturacak yerlerin bulunduğu ayaküstü yiyecek yerleri”(TDK, 2020) tanım kalıbına sıkıştırılmaya çalışılmıştır. Kafe mekânları için işlevsel olarak tanımlama yapılmış olmasına rağmen; bu mekânların yarattığı toplumsal etki açısından yukardaki sözlük açıklamasının oldukça yetersiz kaldığı görülmektedir. Brockhaus Ansiklopedisinde yapılan kahvehane tanımını; “Kahve evi, özellikle Avusturya’da halk için ortak bir anlayış benzetmesi yapılabilir. Kafe; kahve ve diğer içeceklerin yanı sıra gazete, oyun vb. hizmetlerin de sıklıkla verildiği tesis ve buna ek olarak, Avusturya kafeleri buluşma yerleri olarak önemli bir sosyal işlevi yerine getirmektedir” olarak yapmıştır. Brockhaus’dan daha sonra Avrupa’daki kahvehanelerin irdelenmesi sonucunda bir ek tanım daha yapılmıştır. Ek tanımda; XIX. yüzyılın kahvehanesi, sanatçılar, şairler, gazeteciler, politikacılar ve iş adamları için bir buluşma yeri olarak adlandırılmış ve kahvehanelerin bir kamusal iletişim alanı rolünün bulunduğu vurgulanmıştır. Sonuç olarak söz konusu mekânlar; kültürel, politik ve ekonomik görüşlerin oluşum alanları olarak da görülmektedir. Arapça kahwah’a kelimesinden yola çıkarak, Türkçe “kahve” kelimesi ve ardından Almanca “Kaffee” türemiştir. Bir kahvehane, basitçe kahve servisi yapan bir işletmeyi tanımlamaktadır. Muadili “Café” kelimesi, Fransa’da ilk kez kullanıldığı cafe’nin açılmasından 30 yıl sonra, yani 1694’ten itibaren kullanılmaya başlamıştır. XIX. yüzyılda cafe kelimesi uluslararası alanda yayılmıştır. Genel olarak bir tanım getirmek gerekirse; bir kahvehane veya kafe, diğer şeylerin yanı sıra kahve satan ve aynı zamanda kültürel bir taşıyıcı olarak rol alan bir yemek organizasyonu olduğu anlamı taşımaktadır (Wolfschluckner, 2014, ss. 13-14).

Avrupa’daki kafe ve lokallerin tarihleri incelendiğinde, kahvelerin eğiliminin iki kriter etrafında toplandığı görülmektedir. Birinci grupta yer alan kafe veya kahvehaneler; bir kamu kurumu olarak öncelikle otelcilik-lokantacılık (kafe- pastane, kafe- restoran, otel kafe vb.) işlevi etrafında toplanmıştır. İkinci grupta toplanan kahvehaneler, servis edilen içecekler arasında kahvenin de olması şeklinde genellenmiştir. Avrupa’da 1645 yılından sonra Venedik ve Marsilya şehirlerinde açılmaya başlayan kafeler sadece bir ev olarak değil, bir ya da birkaç salondan oluşan yerler olarak ortaya çıkmıştır. Aynı zaman dilimi içinde Resim 6’da görülebilen seyyar

tezgâhlarla seyyar kahveciler, müşterinin olduğu sokak veya bölgelerde seyyar kahve tezgâhı kurmuşlardır. Avrupa'nın diğer şehirlerinde açılan kafeleri kuranlar, yabancı ağırlıklı olması nedeniyle mekânsal düzenlemeleri kendi kültürlerinin etkisiyle yapmışlardır. Paris'te 1672 yılında açılan ilk kafe, tahta baraka şeklindeki "Ermeni" tarzıyken, daha sonra açılan kafeler İran, Yunan veya Türk hanelerine benzemektedir (Heise, 2001, ss.107-112).



Resim 6. Seyyar kahveci, Viyana. 1905. Das Wiener Kaffeehaus, s.139

Kahvenin sunumu ve tanıtımı sonucunda kafeler İtalyan "bottegas"ından "bottega da cafe"ye, Fransız "taverne"sinden "a la mode"ye veya Alman "Wirtshaus'dan Coffee-Haus"a dönüşebilmiştir. XVII. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan yuvarlak, dörtgen, altıgen, sekizgen formlara sahip "kahve çadırları" görülmeye başlamıştır. Bu çadırlar içinde en lüksünden en sadesine kadar oldukça fazla çeşitlilik göze çarparken, doğu kültürü etkisi hissedilmektedir. Çadır kafelerde birçok yönü izleme avantajından dolayı, doğu esintili bir illüzyon yaratma izlenimi görülmektedir. Kamu parklarına kurulan bu kafeler, kadınlarında kullanımına açık tutulmuştur. XVIII. ve XIX. yüzyılda tüm bu mekânların dışında adı kötü sokaklarla anılan kafelerin yerine, zengin ve lüks döşenmiş ideal kafe formları görülmeye başlamıştır. Bu kafeler, bir binanın zemin katında, hatta tüm kata yayılan bir yerleşimle, terasları

ve balkonlarıyla ünlü binalarda ardı ardına açılmıştır. XVIII. yüz yıldan XIX. yüz yıla geçilen süreçte ilk açılan kafe salonlarının klasik tasarımları Empire¹ ve Biedermeier² tarzı olarak şekillenmiştir. 1800 yılından sonra Fransa’da restoran ve kafe birleşimi olan mekânlar ortaya çıkmıştır. XIX. yüzyılda burjuva kesiminin seyahat tutkusu ve turizm merakının yoğunlaşmasıyla, eski hanların yerini çok büyük oteller almıştır. Bu süreç içinde “otel kafesi” ortaya çıkmıştır. Bu kafeleri diğerlerinden ayıran belirgin bir özellik olmasa da, dekorasyonu, sunumu, çalışma saatleri, bulunduğu ülkenin kültürüne uygun şekilde oluşmuştur (Heise, 2001, ss.121-123).

Viyana kafesi, kafe kültürü ve kafe iç mekânlarının ortaya çıkışında önemli bir rol üstlenirken, XIX. yüzyılın başında yaygın olarak entelektüel tartışma ve sanatsal dönüşümün bir nesnesi kabul edilmektedir (Gronberg, 2001, s.69). Bir mekânın, söz konusu boyutta toplumları dönüştürme, değiştirme, kültürel belleğine doğrudan teması tanımlamayı güçleştirirken, kafe tanımının geniş bir çerçevede ele alınmasını zorunlu kılmaktadır.

2.2.1 Kafe’lerin Dünya ’ya etkileri

Kahvehaneler sadece toplumun iletişim ve sosyalleşme gibi ihtiyaçlarını karşılamakla kalmamış, dünyamızı dönüştüren ana unsurların başında yer almıştır. Toplumsal etkileri çok fazla olan kafeler; 1848 devrimlerinde Avrupa çapında önemli rol oynamışlardır. Milano’da “*Martini*”, Viyana’da “*Griensteidl*” ve “*Daum cafe*”, Pest’deki “*Pillax*” ve Lizbon’da “*Marrare de Polmento*” toplumsal olaylarda etkisini hissettirenler arasındadır. 1850 sonrası Avrupa kıtasındaki sanatsal bohemlerin yayılmasında yine kafelerin rolü olmuştur. XIX. yüzyılın ikinci yarısında Cafe Griensteidl, Cafe Central ve Cafe Herrenhof gibi Viyana kafelerinin gelişimleri gözlenmiştir. Kafeler, Avrupa kıtasının büyük gazetelerini ve bazıları Amerika’dan olan çok çeşitli dergi ve kitaplar alınabilen mekânlar haline gelmiştir. Edebi kafeler, özellikle 1880-1900 yılları arasında Fransa’da izlenimciliği, Almanya’da dışavurumculuğu ve genç Viyana edebi hareketlerini tetikleyen merkezler olmuştur. 1880-1914 yılları arasında yeni bir entelektüel kafe türü olan “kabare” kafeler ortaya çıkmıştır. Kafelerin bu sanat ile olan derin ilişkisine örnek olarak Fransa’da her

¹ Neoklasizm akımının ikinci dönemi olarak 19.yy. başlarında ortaya çıkan ve Fransa’da 1800-1815 yılları arasında yoğun olarak görülen sanat akımıdır.

² Biedermeier tarzı 1815-1848 yılları arasında Viyana Kongresi sonrasında burjuva zevk ve sanat anlayışına uygun olarak gelişen sanat akımıdır.

tiyatronun kendi kafesi, aktörleri ve potansiyel yazarları bulunmaktadır. Kütüphaneci Benoit Lecoq adında Fransız araştırmacı, kafelerin entelektüel laboratuvar olduğunu öne sürmüş ve kafe ile gazetenin kabaca aynı zaman ve yerde doğduğunu belirtmiştir. Lecoq, 1882 yılında yazarların kafelere gazete, dergi okumak, mektup yazmak veya diğer yazarları görmek nadiren de eğlenmek için gittiklerinin belirtirken, kafenin işlevinin konuşan bir dergiye benzediğini aktarmıştır (Rittner vd., 2013, ss. 13-18).

Kahvehanelerin hayatımıza olan siyasi etkisi onların politik kimliklerinin de bulunduğunu ve devrim dinamiklerinin merkezinde olduğunu bir göstergesidir. En önemli siyasi devrimin Amerika Birleşik Devleti'nin kuruluşu olduğunu aktarabiliriz. Bu devrimin odağında New York'taki *Merchants Coffee House*'un siyasi merkez olduğu gerçeği ve bu işlevini 1804 yılındaki yangına kadar sürdürdüğü bilinmektedir. Kültür alanında özellikle Viyana'da değişimin odağında olan kahvehane ise "Cafe Central" olmuştur. Cafe Central'de yapılan satranç turnuvaları o kadar ilgi görmüş ve uzun soluklu olmuştur ki, kimi olaylar bu sürecin arkasına gizlenmiştir. Rusya'da yaşanan devrimin haberi için aktarılan anekdotta; "*Rusya'da devrim yapacak kimsenin olmadığı, devrimi Cafe Central'deki Bay Troçki mi yapacak?*" şeklindeki yorumlarına karşın, Troçki'nin 1907-1914 yılları arasında sadece satranç oynadığını düşünmek çok iyimser bir sonuç olacaktır. Sanatçıların toplum ile buluşması ve tanınmasını sağladığı gerçeği, kahvehanelere başka bir kültürel misyon yüklemiştir. Burjuva konser topluluklarının ortaya çıkmasının ardından, bu topluluklar içerisinde konser dernekleri doğmuştur. Bu konserlerin düzenlenebilmesi için iki önemli kriter, halk için müzik yapmaya istekli müzisyenler ve insanların bir arada bulunabileceği açık veya kapalı mekânlardır. (Heise, 2001, ss.153 -179).

1720 yılında Leipzig'de iki "ordinairen Collegüs Musicis" den söz edilirken, bunlardan en önemlisi "Zimmermanns Caffee- Hauß" olmuştur. 11 yıl boyunca Zeimmerman'ın kahvehanesinde Johann Sebastian Bach'ın yönetiminde konser verilmiştir. Hayatımıza dokunan en önemli icatlardan olan televizyonun keşfinin ardından, ilk gösterim yine kahvehanede yapılmıştır. Lumiere Kardeşler tarafından ilk hareketli resimler 1894 yılında Lyon'da bir fabrikada üretilmiş ve gösterimi 28 Aralık 1895 yılında Paris'teki Grand Cafe'nin Hint salonunda 35 davetliye izletilmiştir. Kahvehanelerin sanatçı ve edebiyatçılar için özel bir yeri olduğu açıktır. Özellikle sanatçı ve edebiyatçıların 300 yıl gibi uzun bir süre kahvehaneleri kullanmaları ve hayranlarını bu noktalara çekmeleri, çeşitli sanat akımı ve görüşlerin doğmasına

olanak vermiştir. 1900 civarında Avusturya’da “Cafe Griensteidl”, “Cafe Central”, “Cafe Herrenhof’un”, “Cafe Museum”, “Cafe Imperial” ve “Cafe Sperl” Avusturya edebiyat çevrelerinin ve sanat dünyasının çalışma alanları olmuştur. Tüm bu kahvehanelerin oluşturduğu sinerji olmasaydı Viyana’nın sıçraması hiç yaşanmayacak veya “*Viyana Secession*” hareketi hiç ortaya çıkmayacaktı denebilir. Bir başka Avrupa ülkesi olan İspanya’nın en önemli şehri Barcelona, Avrupa’nın burjuva yaşantısının odağı konumuna erişmiştir. Bu şehrin en önemli kahvehanesi olan “*Cafe Els Quarte Gats*” (dört kedi) Katalan ressamların buluşma noktası olmuştur. Mekân modern resim sanatına yaptığı katkılar ile İspanyol sanat tarihine “Els Quarte Gats” (dört kedi) olarak geçmiştir. Mekânın sanat camiasına bir diğer önemli katkısı ise gelecekte ünlü bir ressam olarak hayatımıza girecek olan Pablo Picasso’nun, 1897’de 16 yaşındayken resimlerini “Dört Kedi” salonlarında sergilemesidir (Heise, 2001, ss.154 -180).

Kahvehanelerin Osmanlı’nın son döneminde ve Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşunda da etkisini hissetmek mümkün olmaktadır. 1857 yılında Beyazıt semtinde kurulduğu aktarılan “Sarafim Kırathanesi”, kırathane olarak anılan ilk kahvehanedir. Bu kahvehanenin en önemli özelliği, gazete ve dergilerin ziyaretçilere okunması için sunulması, ilerleyen dönemlerde bunların arşiv halinde saklanmasıyla bir kütüphane işlevi yürütmesidir. Sarafim Kırathanesi, misafirlerinin sohbet ve kahve içme gibi sıradan eylemlerinin yanı sıra, kütüphane ve arşivinden yararlanan ve de zamanla İstanbul dışında yayınlanan gazete koleksiyonlarını da bünyesinde bulundurması nedeniyle bir kültür merkezi haline dönüşmüştür. Gençlik yıllarında bu mekânı kullanan Ali Canip Yöntem; kütüphane içinde 15 bin cilt kitabın varlığından bahsetmiştir. Tarihimizde önemli bir yer tutan kahvehanelerden bir tanesi de “Küllük Kırathanesi”dir. Bu mekânın ne zaman kurulduğu bilinmemekle birlikte, 1955 yılında İstanbul’da başlayan yeni yol çalışmaları sırasında yıkıldığı aktarılmaktadır. Mekânın edebi olarak önem kazanması Cumhuriyetin ilanından sonra başlamaktadır. Sanatçı, edebiyatçı, bilim insanı kişilerin yoğunlukla devam ettiği bu mekân, çeşitli yazar ve fikir insanına ev sahipliği yapmıştır. Sanat camiasının yoğun ilgisi bağlamında edebiyatçıların buluşma noktası olan Küllük Kırathanesi; Prof. Dr. Süha Göney’in aktardığı kadarıyla Reşat Nuri, Faruk Nafiz, Yahya Kemal, Ahmet Hamdi Tanpınar, Mustafa Şekip Tunç, Hilmi Ziya Ülken, Ali Canip, Agah Sırrı Levend ve birçok edebiyatçı tarafından kullanılmıştır. Kırathanenin en önemli detaylarından birisi de 10. Yıl Marşı ile ilgilidir. Göney’in aktardığına göre, 10. Yıl Marşı’nın sözleri bu

mekânda yazılmış, Faruk Nafiz'in başlattığı sözleri Behçet Kemal Çağlar tamamlamıştır (Sökmen, 2019, ss. 56-64).

Kahvehane veya kafe olarak aktarılan mekânların dünya tarihinde oldukça fazla gelişmeye tanık olduğu, yeni süreçlerin oluşumuna zemin hazırladığı tespit edilmiştir. Kahvehaneler, toplumsal iletişim, tartışma, sorgulama, gösteri ve eğlence ihtiyaçlarını karşılamak için farklı iç mekân düzenlemeleri sunmuşlardır.

2.2.2 Kafe iç mekân biçimlenmeleri ve ortaya çıkışı

Kahvehane veya kafelerin; sanat, ticaret, politika ve birçok konuda dünyayı fazlasıyla etkilemesi karşısında, bu mekânların ortaya çıkışlarından itibaren iç mekânlarında hiçbir değişim yaşanmaması düşüncesi hayatın doğal akışına ve dünya genelindeki değişim sloganıyla çelişecektir.

Viyana kafelerinin şehirdeki konumları ve iç mekânları analiz edildiğinde; Viyana'da kahvehanenin iç mekân düzeni, bir apartman dairesi ile büyük ölçüde benzerdir. Friedrich Uhl, 1900'de Viyana kahvehanesinin esas olarak iç mekân tasarımı ve resmi görünümü ile karakterize edilmediğini, ancak sadece orayı ziyaret eden Viyanalılar tarafından nitelendirildiğini aktarmıştır. Viyana kahvehanesi hakkında *Handbook of Architecture'da* aktarılan açıklamada; içkilerini yudumlamak, okuyup dedikodu yapmak veya sohbet etmek, satranç, bilardo oynamak veya boş zamanlarını başka şekillerde geçirmek isteyen çok sayıda insanı ağırlamaya yöneliktir denilmektedir. Bu nedenle, bir büyük birleşik alan veya bir dizi "yüksek ve güzel salon" gerektirirken, kahvehane genellikle apartmanların zemin katında yer alarak ve sokağa doğru yönelmiş şekilde tasarlanmaktaydı. Kahvehane yüksek statülü bir dairenin zemin katında ve özellikle Ringstrasse bölgesinde bulunuyorsa, daha çok tek bir büyük alandan veya birbirine açılan mekânlardan oluşurdu. Viyana kahvehanesi ile Viyana apartmanı arasında benzerlik noktası; iki farklı taraftan gelen ışığı kolaylaştırdığı için, bir bloğun köşesine konumlanmıştır (Kurdiovsky, 2013, ss.180-186).

XVIII. yüzyıldan başlayarak yaşanan gelişmeler ışığında kahvehaneler arasında farklı iç mekânlar görülmeye başlamıştır. Adı kötü anılan ara sokaklardaki kahvehanelerin karşısında zengin döşenmiş ve "ideal" şeklinde sunulan kahvehaneler, şehrin iyi konumlarında açılmaya başlamış. Bu dönemden itibaren kahvehaneler tüm bir kata yayılmış ve birbiri ardına yenisi eklenmiştir.

Açılan yeni kahvehaneler klasikleşmiş Biedermeier ve Empire tarzını yansıtabacak şekilde tasarlanmıştır. Paris’te açılan “Cafe Procope” un tesadüfen ortaya çıkardığı duvarlara dekoratif olarak yerleştirilen aynalar ve mermer masalar, XVIII. yüzyılda lüks şeklinde sunulmuş ve taklit edilmiştir. 1850’den sonra özellikle Viyana’da, söz konusu tarz geliştirilerek mükemmellik seviyesine ulaştırılmış ve de standart olarak kullanılmıştır. Bu lüks ve seçkin olarak sunulan tarzın Viyana’daki en özel örneği; “Silbernes Kaffeehaus” olmuş ve devamında bu tarza sahip kahvehaneler yaygınlaşmıştır. Resim 7’de görülen çizimde aktarıldığı şekilde; 1848 yıllarına kadar hizmet veren Silbernes Kaffeehaus, sadece gümüş çay takımları, tepsiler, askılar veya kapı kollarının gümüş olmasından ziyade, pahalı duvar kâğıtları, ince süslenmiş aydınlatmaları, bilardo masasında kullanılan değerli ahşapları ile bir dönemi etkilemeyi başarmıştır. İlerleyen zamanda farklı tarza sahip kahvehanelerin ortaya çıktığı görülmüştür. XIX. yüzyıl yarısından itibaren Paris ve Viyana şehirleri birbirinden farklı olmalarına karşın, kahvehaneleri ile lider ve belirleyici bir konuma erişmişlerdir. Viyana ve Paris kafesi şeklinde aktarılan kahvehane üsluplarından çok adları ile belirleyici olmuşlardır (Heise, 2001, ss. 120-121).

Burjuvazinin bu seçkin mekânın yansıması olan banliyö kahvehaneleri ise öncelikle yerel sakinlere hitap etmesi için farklı mahallelerin demografik özelliklerini yansıtan iç mekânlar tasarlanmıştır. Viyana’da birinci bölge kahvehaneleri en zarif mobilya ürünleri ile donatılırken, daha az varlıklı banliyölerdeki kafeler, merkezde bir odak olarak kullanılan büyük bir tezgâh, masa kümeleri, bilardo masaları, gazeteler vb. özelliklerini korumuştur. Diğer taraftan, 1900’lü yıllarda Viyana’da yaşayanların kafe seçimleri incelendiğinde; üst, orta ve alt sınıflar kafeleri kullanırken, çalışan sınıfın tavernaları tercih ettiği görülmüştür. Bu tavernalar ve restoranlar, alkol ve yiyecek ağırlıklı olarak işçi sınıfının sosyalleşmesi için mekânlar sağlamıştır. Paris kafelerinden kullanılan geniş camlı ve zengin iç mekân tasarımının aksine Viyana kafe mekânlarında kullanılan pencereler, konuklarını güneşten korunmak için veya manzaralarını engellemeden, kendilerini sokaktan gizleyebilecekleri kısa perdelerle tefriş edilmiştir. Böylece misafirlerin görünürlüğü isteğe bağlı hale getirilmiştir. Kafenin iç kısmının okuma, bilardo veya kart oyunları için ayrı odalara bölünmesi ve samimi oturma yerlerine sahip kabinlerin düzenlenmesi, erkeklerin hangi aktiviteyi yapmak istediklerine göre planlanmıştır (Ashby, 2013, ss.17-20).

Viyana şehrinde köşe apartmanlarının genellikle en büyüğü ve en çekici olanı tercih edilirdi. Kafenin iki farklı caddeden ziyaretçi çekmesi için bu konum özellikle ön planda tutulurdu. Bu yerleşim planı ortaya çıkan çapraz aydınlatma sorununa rağmen, Viyana kahvehanelerine özgü L-şekilli planın arkasındaki mantığı oluşturmuştur. Kahvehanelerin mümkün olduğunca çok pencereyle aydınlatılması ve bu pencerelerin olabildiğince geniş olmasının nedeni, “*bir kahvehanenin odalarında insan, görmek ve görülmek ister*” düşüncesinden kaynaklıdır. Bu düşünceyle Viyana kahvehanelerinin her zaman cadde ile aynı seviyede olması gerektiği belirtilmiştir. Viyana’da zemin kat kotunun tercih edilmesinin bir diğer açıklamasına bakıldığında; Viyana kahvehanelerinin önündeki açık teras alanı olan “*Pub*” bahçeleri; kelimenin tam anlamıyla cadde üzerine masaların kurulduğu yerin öneminden ortaya çıkmıştır. Cadde konumunda bulunan ve Art Nouveau’nun XX. yüzyılın başından kısa bir süre önce moda haline gelen bu yeni tarzın etkisi, güçlü bir şekilde iç mekânlara yansımıştır. Tiyatrolar, opera ve konser salonları gibi iç mekânlar, görkemli bir şekilde orta sınıflara hizmet etmesi için düzenlenmiştir. İç mekânlar görkemli tasarım



Resim 7.Silbernes Kaffeehaus, 1820 civarı. Das Wiener Kaffeehaus, s.125

unsurları ile elektrikli aydınlatma, en modern mobilyalar, aynalı camlar, zarif halıları ile tefriş edilmiştir. Halka açık yerlerin iç mekânları analiz edildiğinde sanatsal açıdan zarif veya lüks atmosferlerinden uzaklaşmadan, saraydan daha çok burjuva topluma uygun tasarımlar yapıldığı görülmektedir. Viyana'da kafelerin konumlanması ve iç mekân düzenleri bu şekilde gelişirken, komşusu olan şehir Prag'daki kahvehaneler genellikle birinci veya asma katlarda yer almakta, cadde seviyesinde mağazalar bulunmaktadır. Bu nedenle kahvehanelerin misafirleri büyük ölçüde sokaktan görünmez hale geldiği için Viyana ve Prag kahvehaneleri bu yönleriyle ayrılmaktadır (Kurdiyovsky, 2013, ss.180-186). Benzer şekilde Paris kafelerinin kullanıcı profillerine bakıldığında; kafeleri kullananlar arasında yoğun olarak işçiler ve belli sayıda hayat kadını bulunduğu görülmüştür. Paris'te kafe müşterilerinin çoğunluğunu, toplumdan dışlanmış, yoksul, vasıflı işçiler ve zanaatkârlar oluşturmuştur. Resmi olarak vatandaş sayılmayan kadınlar için, bu mekânlar siyasi tartışmalara dahil olabilmelerini sağlayan özgürleşme ortamı olarak algılanmıştır. Benzer şekilde işçi sınıfı, kafeyi kendi iç mekânlarının bir yansıması olarak görmüştür (Ridley, 1996, s.29). Kahve bir kültüre, kafeler ise günümüz modern dünyasının tapınaklarına dönüşmüştür. Viyana, New York veya Tokyo şehirlerinde ünlü mimarların tasarladığı kafeler incelendiğinde, mekânların tasarımları anlamında kafe geleneğine bağlılıkları dikkat çekmektedir (Schulz, 2011, s.6). Kafe veya kahvehane olarak tanımlanan mekânların kültürel doku ile uyumu, toplumların kahvehane kültürü içine kendi geleneksel kültür unsurlarını eklemeyerek geliştirdikleri farklı tarzda kahve hazırlama, pişirme ve sunumların kültür oluşumuna etkisi sanıldığından daha büyük olmuştur.

BÖLÜM 3: VIYANA KAFE KÜLTÜRÜ OLUŞUM SÜRECİ

3.1 Viyana Kafe Kültürü

Kahve, içecek olarak tüketilmesinin yanı sıra kültür kavramı içinde sembolik anlamlar yüklenen ve zamanla çeşitli kültürel kodları taşıyan bir metaya dönüşmüştür. Kültür, bir toplumun üyelerinin düşündüğü, sahip olduğu, yaptıkları şekilde genel olarak açıklanabilirken; içinde bulunduğumuz ve her Őeyi kapsayan ortamımız ve kendi kültürel bağlamaları içinde her zaman görünür olmayabilir. Kültürel kodlar yardımıyla, kimliğimizi tanımlayabilir, değerlerimizi açıklayabilir ve sosyal bağlarımızı oluşturabiliriz. Tam bu noktada hayatımızın önemli bir parçası olan kahve; kahvehanelerin onu popüler hale getirmesinde ve kahve kültürü oluşturmasında kilit rol almıştır (Tucker, 2011, ss.6-7). Kahve bağlamında kahvehane kendine özgü kültürü oluşturan, yaşatan ve kültürel bellek birikimini dünyanın çeşitli toplumlarına başarıyla aktaran Şehir Viyana olmuştur. Kahve ve kahvehanelerin Viyana içinde ortaya çıkardığı tutku, coşku ve devamlılık duygusu, dünyanın geri kalanını etkilemeyi başarmıştır. Avusturya-Macaristan monarşisinin, Avusturya tarafının başkenti ve Avrupa'nın en büyük dördüncü Şehri olan Viyana, kültürel öneme sahip bir Şehir olarak Őehretlenmiřtir. Viyana'da entelektüel alışveriş mekânı olarak XX. yüzyılın başında kafeler ön plana çıkmıştır (Aynsley, 2013, ss.159-160). Şehir, diğer kültür alanlarında olduğu gibi kahvehaneye özel odaklanmış, kültür markası olarak sosyal hayata önemli etki yapmıştır. Viyana'daki kahvehane bir sosyal kurum olmakla birlikte, işlevi ile sosyal hayata nazik ve yatıştırıcı bir dokunuş katmıştır (Schossberger, 1942, s.78).

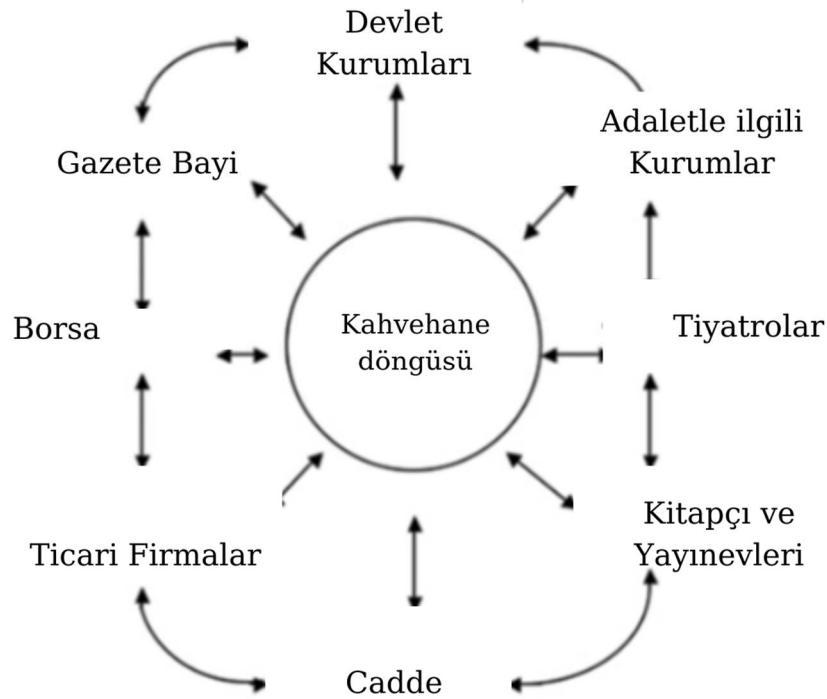
Kafe, insanların sadece kahve tktmek için değil aynı zamanda düşünmek için gittikleri bir mekân olmuştur. Post modern çağın romancısı olan Thomas Pynchon, Avrupa'nın büyük kafelerinin her zaman sıradan insanlarla birlikte entelektüelleri de kendisine çektiğini ve bu alanların entelektüel ve sanatsal yaşam için oldukça önemli olduğunu aktarmaktadır. Özellikle Viyana için kahvehaneler o kadar vazgeçilmez bir mekân olmuştur ki; Ludwig Plakolb: *“Viyana için kahvehane bir kurumdur, gerekirse bir daire olmadan yaşanabilir, bir eş olmadan, para olmadan da yaşanabilir fakat temelde hepsinin yerini alabilecek bir kahvehane olmadan olmaz”* diyerek bu sosyal kurumun toplum nezdindeki yerini belirtmiştir. Viyana kahvehaneleri ile Londra kulübü veya Paris salonlarının işlevleri aynı olsa da önemli farklılıkları bulunmaktadır. Salon veya kulüpte sosyal görgü kuralları bulunurken, bir kahvehanede

sorumluluklardan tamamen arınmış hissedilmektedir. Salonunun aksine konuşmaya gerek yokken, kulüp gibi üyelik aidatı da bulunmamaktadır. Viyana'daki tüm kafeler ziyaretçilerine yalnızlık ile sosyallik arasında farklı seçenekler sunmaktadır (Rittner vd., 2013, s.27).

Kahvehane mekânları, misafirlerine kahve veya sigara içmek, gazete okumak, sohbet etmek, insanları gözlemlemek ve hiçbir şey yapmamak gibi seçeneklerin bir arada yaşanabilmesini sağlamaktadır. Viyana'da kahvehaneler kendine özgü manzarası, tanımlayıcı bir adı, hikayeleri ve aktörler-izleyiciler arasında geçen bir tür tiyatro görünümündedir. Kahvehane entelektüeller, liberal meslek mensupları, emekliler, sanatçılar ve bohemlerin uğrak yeri olan burjuva sosyalliğini karakterize etmektedir. Bir fincan kahvenin fiyatı bir kahvehanede saatlerce kalmak için gerekli görülse de pratikte burjuvazinin üyeliği için önemli bir koşul olarak ön plana çıkmaktadır. Garsonların resmiyeti ve çok dil çeşitliliği bir tesadüf olmamakla birlikte, müşterilerin dayattığı bir zorunluluk olmuştur. Burjuvazinin, kozmopolitliğin güçlü bir şekilde damgasını vurduğu bir sosyal grup olarak ortaya çıkması sonucu, yüzyılın başında müşterilerin ve personelin konuştuğu diller giderek çeşitlenmiştir. Bununla birlikte kahvehanelerde çeşitli dillerdeki gazetelerin okunması, ortak bir özellik olarak dikkat çekmektedir. Kahvehanelerin müşterilerinin bir bölümünü oluşturan yazarlar ile kahvehaneler arasında belirli bir ortak yaşam pratiği meydana gelmiştir. Kahvehaneler kullanıcılarına bir özgürlük mekânı verirken, yazarların ürettikleri kahvehanelere bir tür ölümsüzlük sağlamıştır. Örnek olarak Viyanalı edebiyatçılar Alfred Polgar, Hugo von Hofmannsthal, Karl Kraus ve Peter Altenberg için Café Griensteidl, Café Central ve Café Museum uğrak kahvehaneler olmuştur. Tasarımı ve mobilya tefrişi yanı sıra edebiyat gibi, sosyallik, zevkler, fikirler, duygular şeklinde tanımlanan maddi olmayan yönleri ile Viyana kahvehaneleri hem kültürel bir kurum hem de sosyalleşme mekânları olmuştur. Viyana kahvehaneleri farklı kültürel ve politik gerçekleri yansıtırken, uzun süreli siyaset konuşmak için doğru yer olmuştur. Tüm bunlarla beraber kahvehanelerle ilişkisi olmayan bir devrim yaşanmamıştır (Sabotič, 2013, ss.125-135).

Viyana'da bir kahvehane, her türlü profesyonel ve sanatsal yaklaşımı benimseyen insanların düzenli olarak buluştuğu yer olmuştur. Bu mekânlarda sanatsal dekorun keyfini çıkarabilir, kendi içinizde düşünebilir veya büyük boy aynalarda başkalarını gözlemleyebilirsiniz. Dünyaca ünlü Thonet sandalye ve mermer masalarda

oturmak; bilardo, satranç, dama oynamak, birinin kız arkadaşıyla tanışmak, düzinelerce farklı dilde dergi ve gazete okumak gibi sosyal aktiviteler bu mekânların vazgeçilmez unsurları olmaktadır. Ayrıca bu mekânlarda en tabii olarak kahve içilebilir ve Viyana şehrine özel hamur işi ürünlerini tüketebilirsiniz. Ama önemli bir husus içmek istediğiniz kahveyi istemek burada şaşırtıcı şekilde zor olabilir. Çünkü hangi kahveyi istediğinizi, renk ve boyut olarak belirtmeniz gerekmektedir (Rittner vd., 2013, ss.913-942).



Resim 8 .Kahvehane kurumunun toplum ile ilişkisi. The Viennese Cafe and Fin-de-Siecle Culture s.201. Tanımlar Zafer İsmet Yüksel tarafından Türkçeye çevrilmiştir.

Genel olarak kahvehane ve onun kullanıcılarının toplum içindeki döngüsü incelendiğinde bu mekânların sosyal bir kurum olduğu hemen göze çarpacaktır. Kahvehaneyi kullanan bireyler ile birbirleri arasındaki bağlantı Resim 8’de görüldüğü gibi; hükümet kurumları ve partiler, gazete bayileri, avukatlar ve adalet temsilcileri, tiyatrolar, kitapçı ve yayıncılar, reklam ajansları gibi toplum içinde farklı kimliğe sahip insanlar oldukça yakın temas içindedirler. Belli bir kimliği benimseyen insanlarla, farklı toplumsal sınıflara ait insanların aynı mekânı tercih etmeleri Viyana kahvehane kültürünün zenginliği oluşturmaktadır. Viyana kahvehane kültüründe bir kahvehaneyi düzenli olarak kullanan misafirler mekânın kimliği hakkında en belirgin işareti

vermektedir. Garsonun gelen misafiri tanması ve onu selamlaması, misafir ile mekân arasında güçlü bir bağın olduğunun da göstergesidir. Yapılan mekân tercihi ile misafir sadece uygun kahvehaneye gelmemiş, aynı zamanda ait olduğu mekânda zamanını tüketmeye gelmiştir. Misafirin düzenli olarak kahvehaneye gelmesi, garsonların sipariş almadan içmek istediği kahveyi masaya getirmesi, aslında kabaca bir süreklilik duygusunun ve kültürel kimliğin oluşmasına yardımcı olmaktadır. Düzenli müşterilere mekân içinde şefin öneri veya bilgilendirme yapması, kahvehaneye olan aidiyet duygusunu arttırmaktadır. Kahvehanelerde çok sayıda yalnız insan olması ile grup yapısı ön plana çıkmaktadır. Grup yapıları farklı meslek gruplarını da içerebilmektedir. Bu özelliği ile Viyana kahvehaneleri, uluslararası diğer kahvehane örneklerinden belirgin şekilde ayrılmaktadır. Örneğin İtalya'da ayak üstü verilen kahve hizmeti ile Viyana'daki kişisel kahve hizmeti arasında oldukça büyük farklar olduğu aşıkardır. Ayrıca Viyana kahvehanelerinde bulunan mobilyaların maddi kültür şeklinde kimlik oluşumunda önemli bir faktör olduğu ortadadır (Desirée, 2012, ss.29-30). Viyana kahvehaneleri, insanların konuştuğu, iş anlaşmaları yaptığı ortak noktalardır. Çok çeşitli tarzlara sahip olmalarına karşın mekânların hepsi aynı şemaya göre çalışmaktadır. İnsanlar kahvehaneyi kullanırken ve kahvelerini yudumlarırken, kimin gelip gittiğini izlemek için günlük gazetelerini kendilerine sığınak olarak kullanmaktadırlar. Sonuçta bu durum kahvehanenin önemli unsuru iken gayri resmi haberleşmenin de bir tezahürüdür (Beyerle &Hirschberger, 2013, s.20). Gerçek Viyana kahvehanesi özellikleri arasında süreklilik, düzenlilik, alçak gönüllülük sınırını belirleyerek sahip çıkma davranışı yer alır. Bu özellikler gerçek kahvehanelerde bulunurken, bu mekânlar günümüzde yok olmamış sadece kozalarının içinde beklemektedirler. Viyana'nın gerçek Viyana olduğu alanlarda; Viyana kahvehanesi değişmeden, mekânları, müdavimleri, yıllardır aynı garson tarafından dağıtılan tarot, satranç ve bilardo oyunları ile yaşamaya devam etmektedir. Her zaman saatlerce gazete ve yeni getirilen bir bardak su ile inzivaya çekilebilir ya da sohbet, sessizlik veya şenlikli olarak nasıl tüketmek isterseniz isteyin orada bulunmaktadır (Heering, 2011, ss.30-31).

Viyana kahvehanesinde bulunan hamur işleri veya başka tüketim unsurlarına dünyada herhangi bir noktada erişim olanağı bulunabilir ancak bu tatlara Viyana kahvehanesinin iç mekân atmosferi ve çekiciliği, mimari tarzların gösterisi, gazete, duvar süsü, posterler, avizeler ve diğer nesnelere toplamının ilişkisel ağı ile

deneyimlemek gerekir. Viyana kahvehanesinde uygulanan iç mekân düzenlemesi, mobilyaları ve tasarımı sadece sipariş vermenin kültürel özelliklerini aktarmakla kalmaz, günlük sosyal hayatın işleyiş dinamiklerini de besler. Bazı klasik Viyana kahvehanelerinin, kültürel sermayelerini göstermek ve bu kültürel serüven içinde yer bulmak için gelen ziyaretçi fotoğraflarını mekân duvarlarında sergiledikleri görülmektedir (Chen & Wu, 2017, s.11).

Farklı insanların ortak bir davranışı sergilemesi, sözlü bir davranışın öykünme yoluyla ortaya çıkması veya sadece kendiliğinden görülen eşanlı bir davranışın Viyana kahvehane kültüründe yoğun olarak görülmesi, kolektif kültürel kimlik fenomeni üzerinden şekillenme olarak yorumlanabilir. Kolektif kültürel fenomenin oluşmasında en büyük etken iç mekân tasarımlarıdır. Viyana kahvehane kültürü paradigmaları arasında iç mekânı, gastronomik özellikleri, eğlence araçları, sandalye ve mobilyaları ile personel değerleri görülmektedir. Tüm bu etkenlerin birlikte kullanılması kimlik temelinde bir kültürü oluşturması bağlamında oldukça değerlidir.

3.1.1 Kültür ve kimlik kavramı

İnsanın yaşadığı toplum içinde bulunduğu her an kültürün bir parçasıdır. Bu etkileşim sırasında bazı dönemlerde, kültüre özne olarak katkıda bulunan insan, bazı dönemlerde nesne olarak o kültürü tüketmiştir. Kültür kavramının tanım ve kapsamı konusunda Taylor'un 1920'de yaptığı izahta uzlaşmıştır. Geniş anlamda incelenen "*kültür*" tanımı; bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve insan tarafından toplumun bir üyesi olarak edinilen diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür (Tylor, 2010, s.1). Bu tanım üzerinden bakıldığında insan tarafından üretilen ve insan hayatına etkisi ve katkısı bulunan her türlü maddi, manevi olgunun kültür olduğu anlaşılabilir. Başka bir kültür açıklaması incelendiğinde; insanların yarattığı simge ve eşyaları kullanılması, bütün bir toplumun yaşam biçimini oluşturur ve şekillendirir görüşü ortaya çıkmaktadır. Kültürü; davranışlar, giyim tarzı, konuştuğu dil, ayin veya törenler, bunların davranış normları ve inanç sistemleri şeklinde açıklamak da mümkündür (Mutlu, 2016, s.219). Ortak bir kültürü paylaşan insanlar ile farklı kültürleri paylaşan insanlar arasında ayırt edici özellikler bulunmaktadır. İnsanların davranışlarını tanımlamanın en önemli yolu olan kültür kavramı, etnik birimlerin izlenmesine de olanak vermektedir. Kültürel çeşitliliğin sürdürülmesinde

kritik olan faktörlerin başında da coğrafi ve sosyal izolasyon gelmektedir (Barth, 1969, s.9).

Belli bir kültürün üyeleri kültür nesnelərini kavramsal sistemine ve kültürel kodlarına göre nasıl yorumlayacaklarını ve anlamlandıracaklarını bilmektedir. Çoğu zaman bu anlamlandırma ve yorumlama belirli bir yaşam biçimini ve kimliği temsil etmektedir. Kültüre ait olan nesne; onu bağladığımız ve belirli bir anlamlandırma ile şekillendirdiğimiz anlamların taşıyıcısı konumuna erişmektedir (Luşin, 2011, s.201). Maddi kültür; taşınabilen ve dokunarak algılanabilen bir şey olması, fiziki zihinsel manipölasyonu pratikte birbirlerine bağlamaları nedeniyle kültürel açıdan güçlüdürler. Nesneləri tanımlamaya, düzenlemeye yarayan ilişkileri içinde yeri geldiğinde nesnelər ve insanlar, toplumsal ilişkileri içinde bu bağa anlam yükleyerek etkide bulunurlar (Woodward, 2016).

İnsanların bir kültüre ait nesneye yükledikleri anlamlar sonucu, kültüre doğrudan etkide buldukları ve bu kültürün gelişmesi için yeni kodları ve kod açımları tasarladıkları bir süreç başlamış olur. Fiziksel olarak insanların duyuları ile algıladığı, işlevinin yanında insanların bu nesnelere farklı anlamlar yüklemesi, nesnelerin kültürel kodları taşımak için bir aracı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. İnsanların kültürel kodları ve normları belirlerken, aynı anda kültürle ilgili iletişim noktaları da belirlemektedir. Kültür olarak kahve ile doğrudan ilişki içinden bulunan, tüm dünyada kendine has kültürel ritüelleri bulunan Viyana kahvehane kültürünü; oluşumu, gelişimi ve nesiller boyu devamlılığı ile kültürel bellek oluşumunda bizlere özgün bir yol çizdiği açıktır. Viyana kafe kültürünün geçmişte başlayan yolculuğu, kültürel miras kavramının ortaya çıkışı ile yepyeni bir kültürel çerçeveye oturtulmuştur. 1970 UNESCO sözleşmesi ile tanımlanan *Kültürel Miras* kavramı; fauna tarihine ilişkin bitki, mineral ve anatomik- paleontolojik ile ilgili nesnelər, bilim ve teknoloji, askeri ve sosyal özelliği olan nadir koleksiyonlar ve bunların örnekleri, sanatsal yada tarihi eser arkeolojik kazı elementleri, yüz yıldan daha eski olan bu tür yazıt, sikke, mühür ve etnik nesnelər, pul ve benzeri sanatsal özelliği olan objeler, nadir el yazmaları, eski kitaplar ve belgeler- yayınlar; ses, fotoğraf ve sinematografik arşivler, yüz yıldan daha eski mobilya ve eski müzik aletleri şeklinde geniş bir tanımda olacak şekilde insanların ürettiği fiziksel veya çevresel hazineler kültürel miras olarak tanımlanmıştır (Merryman, 1989, s.341). Yapılan bu Kültürel Miras tanım devamında detaylandırılmış ve yepyeni bir kavramın doğuşunu hazırlamıştır. 2009 yılında Viyana

kafe kültürü “*Somut Olmayan Kültürel Miras*” tanımı kapsamına alınmıştır. Bu tanıma göre; somut olmayan kültürel miras, bazı vaziyette kişilerin, grupların veya cemiyetlerin uygulama, gösteri, hikâye etme, bilgi ve yetenekleri ile alakalı araç, gereç ve kültürel mekânlar manasına gelmektedir. Nesiller boyu aktarılan somut olmayan kültürel miras, insanların ve toplumların tabiat, çevre ve geçmişleri ile olan bağlarının sürekli bir biçimde yeniden oluşturulması insanlara kimlik ve süreklilik duygusunu kazandırmaktadır. Bunun sonucunda kültürel yelpazeye ve insanın kreatif yanına duyulan saygıya katkıda bulunmaktadır (Tacar, 2003). Kültür kavramı bu kadar geniş bir yelpazede ele alınırken, Viyana kahvehane kültürü bağlamında insanların mekânlar ve nesnelere çeşitli anlam, kod, değer yüklemekte ve kültürel bağ kurmaktadır. Kişinin kendisi hakkında bilgi almamızı sağlayan, ait olduğu toplumu tanımamıza olanak veren bu kültürel işaretlerin, kimlik oluşumu ve kimlik kavramı ile doğrudan bağlantılı olduğu açıktır. Kimlik oluşumu ile kültürün ortaya çıkışı arasında derin bir bağ olduğu görülmektedir.

Kimlik olgusu kavramında gerek toplumbilimci gerek ruh bilimcilerin kabul ettiği şekilde, kimliğin toplumsal olarak konumlandığı görüşü hakimdir. J. D. Brown ve arkadaşları tarafından kimlik oluşturma süreci; yakın ve dolaysız şekilde ve daha genel toplumsal dünya bağlamında bir benlik yaratma süreci şeklinde açıklanmıştır. Diğer bir görüşte kimliğin göreceli olduğunu, özünde farklılaşma barındıran, farklı dönemlerde, farklı insanlar için farklılık ifade ettiğini, önemi, coğrafyası tarihsel ve toplumsal olarak değişiklik göstermesinin bu görelilik özelliğine bağlı olduğu aktarılmıştır (Mutlu, 2016, ss.195-196). *Kimlik* terimi, Latince aynılığı tanımlayan “idem” kökünden gelmiş ve XX. yüzyıla kadar yoğun bir kullanımı söz konusu olmamıştır. Kimlik tartışmaları bilinç dışı davranışlar ve sosyolojik tabanda farklı şekilde tartışılmıştır. Bir yaklaşımda kimliğin tutarlı ve hayat boyu aynı kalan benzersiz bir öz olduğu öne sürülmektedir (Marshall, 1999, s.405). Kimliğin dilimizdeki en geniş tanımı, “*Toplumsal bir varlık olarak insanın nasıl bir kimse olduğunu gösteren belirti, nitelik ve özelliklerin bütünü*” şeklinde yapılmaktadır (TDK, 2020). Özne olan kişinin kendini tanımlayabilmesi, özgün, farklı ve eşsiz olduğu açıklamasını yapabildiği sonuçtur. Türkçede ise kimlik tanımı, aidiyet, eşsiz olmayı, hangi kişi olmayı tanımlayan *kim* sorusunun verilen karşılığı şeklinde kullanılmaktadır. Toplumsal bir olgu olarak kimlik kavramı bireyin kendisini

tanımlaması ve doğru şekilde aktarabildiği bir kavram olarak kullanılmaktadır (Aydoğdu, 2004, s.117).

Kolektif kimlikle ilgili kuralcı ve biçimlendirici bilginin türetildiği, orijinal mitler ve kurucu öyküler yoluyla, kültürel belleğin birikimi oluşturulmaktadır. Bu anlamda kuralcı iddialarda bulunan ve biçimlendirici güce sahip olan kimlik, genel kabul gören tarih geleneğinde, kültürel hafıza ile kimliğe ilişkin anıların seçiminde, belirli bir hiyerarşik düzen içinde kendini oluşturan semboller, değerler ve normlar taşımaktadır. Günlük hayatta ve zorunlu anıların sürekli değişime karşılık bağlayıcı olan zihin çerçevesinde oluşturulmaktadır (Beck, 2011, ss.261-262). Kolektif kültürel kimliği A.D. Smith ise, ortak deneyim ve kültürel öznitelikleri olan verili bir halk üzerinde bir devamlılık duygusu, ortak anılar ve ortak kader duygu haliyle dışa vuran duygu ve değerler olarak açıklamıştır (Mutlu, 2016, s.196).

İnsanların kendilerini tanımlamak ve özgün olduklarını belirtirken kullandığı, değerler, semboller, normlar vb. kişiyi tanımlamasının yanında bir kültür olgusunu da ortaya çıkarmıştır. Kişinin kimliği üzerinden hangi topluluğu ait olduğunu anlamının yanı sıra, kolektif kültürel belleğin oluşumuna doğrudan etkisi olduğu anlaşılmaktadır. İnsanların içinde buldukları toplum içinde benzer duyguları yaşaması, ortak anılar ve benzer kader duygusunun inşa edilmesi kültürün oluşumu, ilerlemesi ve kuşaklar boyu aktarılması için kopmaz bir bağ ile birbirlerine bağlı olduğu anlaşılmaktadır.

3.2 İç Mekân Özellikleri

Viyananın en önemli kamusal alanı ve kültürel kurumlarından biri olan kahvehanelerin işlevlerini yerine getirmeleri için kullanılan mekânların; geniş ve yüksek tavanlı odaları, net olarak görülmelerini sağlayacak mimari unsurları ve bunlara ek olarak insanları rahatsız etmeyen ve tekdüze bir tasarıma sahip sakin mobilyalar, anatomilerine uygun sandalye ve koltuklar gerekmektedir (Beyerle & Hirschberger, 2013, s.20). Viyana kahvehanelerinin iç mekânı; Thonet sandalyeler, mermer tablalı ve döküm metal ayaklı masaların yanı sıra portmantosu, duvar aynaları, oyun masaları ve en popüler eğlence araçlarından olan bilardo masaları ile donatılmıştır. Bu dizayn kahvehanelerin karakteristik genel çerçevesini oluşturmaktadır (Schmid, 1993, s.9). Aktarılan bu detaylar ile, mekânın hangi akım çerçevesinde şekilleneceği hizmet verdiği toplum kesimlerinin talebi ve sunulmak istenen hizmetin kalitesiyle doğru orantılıdır. Resim 9'da görülebileceği gibi, bazı

kahvehaneler yoğun süslemeli, barok ve klasik tarzda düzenlenmişken, benzer muhit veya farklı yerleşim alanları içinde farklı tarzda mekânlar görmek mümkün olmuştur. Genel olarak kahvehanelerin belli bir kimliğe bürünmesi için kullanılan iç mekân öğelerinin oluşumunda ilginç süreçler yaşanmıştır. Viyana kafelerinde ve genel olarak kafelerde bulunan servis tezgâhı olgusu enteresan bir olay sonucu ortaya çıkmıştır. Başlangıçta kadınların kahvehanelerde bulunması çok ayıplanmış ve bu kalıba aykırı davranışta bulunan kadınlara kötü gözle bakılmıştır. İngiltere’de 1700 yılı öncesinde kahvehane salonu içinde mekâmı kullanan erkekler için servis hizmeti yapan ve tek namuslu kadın olarak görülen kasiyer, bir bölmenin arkasında oturtulmuştur. Bu bölme Schivelbusch’a göre tam bir burjuva düzenlemesi örneği şeklinde adlandırılmış ve daha sonra işlev değiştirerek satış tezgâhı olarak kullanılmıştır (Heise, 2001, s.112).



Resim 9. Cafe Arcaden iç mekân, Kaffehaus Album1860-1930, s.65

Kadınları kahvehane mekânları içinden uzaklaştırma çabası, iç mekân düzenlemesi bağlamında büyük bir devrim ile sonuçlanmıştır. Benzer şekilde kahvehanelerin iç mekânlarında kullanılan öğeler arasında olan mermer masalar ve aynaların; Paris'te bulunan "Cafe Procope" tarafından, yakınlardaki bir hamamdan alınan ürünlerle tesadüfen başlayan bir tasarım uygulaması olduğundan bahsedilmektedir. Söz konusu masa ve aynaların kahvehanelerin zenginliğini temsil eden en vazgeçilmez dekoratif öğesi halini aldığı görülmektedir. Kahvehanelerin diğer dekoratif unsurları; işlemeli ve süslenmiş aydınlatmalarıdır. XIX. yüzyılın ortalarına kadar kahve salonları ve kahvehanelerin aydınlatmaları mum ve gaz yağı ışıkları ile yapılırken, bu aydınlatmalar genelde metal aynaların önünde, ya da doğrudan masanın üzerinde bulunmaktadır. Bu uygulama 1900'lü yılların hemen başlarında elektriğin bulunmasıyla son bulmuştur. Neredeyse 20 yılda elektrik ile aydınlanmayan kahvehane kalmamıştır (Heise, 2001, ss.122- 125).

Viyana kafesi genellikle köşe bir binanın zemin katında bulunurken, bu konumlanma ihtiyacının sokağın iki tarafından geçen insanları görmek ve onlar tarafından görülmek amacıyla planlandığı anlaşılmaktadır. Kahvehanelerin bir veya iki cephesinin caddeye veya sokağa bakması en önemli husus olarak görülmektedir. Klasik bir kafenin giriş alanında küçük bir giriş bulunurken, bu giriş mekânı kullanan diğer ziyaretçileri koruması amacıyla kullanılmaktadır. Mekânın en dikkat çekici objesi ve temel unsuru konumuna erişen bükülmüş ahşaptan yapılmış sandalye olan Thonet No:14 ürünüdür. Bu ürün ortaya çıkışından itibaren oldukça fazla talep görmüş ve Viyana kahvehanesinin temel öğesi olmayı başarmıştır. Bir Viyana kahvehanesinin iç mekânını tanımlayan bir başka dekoratif unsur ise daha köşeli formlara sahip, genellikle kırmızı kumaş ile kaplanan oturma birimleridir. İç mekânın tanımlayıcı öğelerin bir diğeri olan mermer masaların da mekân içinde kullanılması ile tipik bir Viyana kahvehanesi iç mekânı elde edilmiş olunacaktır. Mermer masaların kullanılmasının aynı zamanda kahve içmeyi teşvik ettiği de iddia edilmektedir (Wolfschluckner, 2014, ss.62-63). 1849 yılında Thonet mobilya Viyana'da bulunan bir kahvehaneyi servete boğmuştur. Thonet, Viyana kahvehanelerinin yaygınlaşmasında en etkili rolü üstlenmiştir. Thonet sandalye, Paris'teki kahvehaneden başlayan mermer masalar ile Avrupa, Kuzey ve Güney Amerika coğrafyası içinde XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren tüm kahvehanelerde baskın bir tasarım ürünü haline gelmiştir. Bu ürünlerin mekânda tercih edilmesindeki en

önemli fiziksel özelliği rahat, taşınması kolay ve güzel olmasıdır. Bükülmüş ahşaptan koltuk ve sandalyeler ister basit ister lüks olsun her türden kahvehane tasarımıyla eşsiz bir uyum sağlamıştır. Thonet sandalyelerinin orijinal hali veya taklitleri Avrupa'daki bir köy kahvesi ile Viyana'daki "Cafe Sperl" ve Berlin'deki "Cafe Einstein", Barcelona'daki "Zürich" veya Trieste'deki "San Marco" kahvehaneleri arasındaki özgün bir ayrıntıyı ortaya koyması anlamında oldukça değerlidir (Heise, 2001, ss.126). Kahvehanelerin Endüstri Devrimi ile gelişen teknoloji ve üretim kabiliyetleri sayesinde çeşitlenen iç mekânları; kahvehaneyi sosyal bir kurum özelliği bağlamında kültürel bellek odağı haline getirmiştir. Kolektif belleğin kahvehane kurumu ile iç içe geçen yapısı, kahvehane kültürünün üzerinde olumlu etkisi gözlenmektedir.

3.2.1 Eğlence araçları

Viyana kahvehanesi sadece kahve içilen veya yemek servisi yapılan bir mekânın ötesinde toplumun nabzını tutan, toplum taleplerine göre yeni fikirler geliştiren özel mekânlar olmuştur. Viyana kahvehaneleri ile bir bütün olarak değerlendirebileceğimiz eğlence biçimleri incelendiğinde; bilardo, kâğıt veya masa oyunları gibi eğlence sektörünün kullandığı enstrümanlar görülebilir. Satranç oyunu akli kullanmanızı isterken, kâğıt oyunları bilgi olsa da biraz şans gerektirmektedir. Bilardo oyunu içinse bunların her ikisini kullanmak gerekmektedir. Kahvehanelerde bu eğlence araçlarını müşterilere sunmak için oyun odaları kurulmuştur (Desirée, 2012).

Resim 10'da bilardo oyun odası örneğinde olduğu gibi kahvehaneler, müşterilerini eğlenme ve eğitime seçeneklerini içeren oldukça geniş bir hizmet yelpazesi sunmuştur. Müşterilerin aktif olarak üretim katıldığı biçimlerin yanında, dinleyerek ve izleyerek katıldığı edilgen şekillerde eğlence biçimleri görülmüştür. Müşteriler isterse aktif olarak eğlence üretsinsin ya da izlesin, bu eğlence biçimleri sayesinde kahvehane içinde daha fazla zaman geçirmişlerdir. Bu sayede mekân sahibi daha fazla içecek ve yiyecek satma imkânına sahip olmuştur. Kahvehanelerin sunduğu eğlencelerin başında olan kâğıt oyunları için Viyana kahvehanelerinde, 1714 yılında para cezası uygulanırken, ilerleyen zamanda devlet piyango biletleri satarak halkın parayla oyun oynama dürtüsünü kendi menfaatlerine göre yönlendirmiştir. Bunun sonucunda kahvehanelerindeki çeşitli kumar ve kâğıt eğlenceleri gözden düşmüştür.

İzin verilen kâğıt oyunlarının yanında müşterilerin en çok talep gösterdiği eğlence biçimi bilardo olmuştur (Heise, 2001, ss.152-155).

Friedrich Hunter, 1840 yılında eğlence konusu ile ilgili durumu; “*Viyana’daki kahvehaneler genellikle aynı anda bilardo salonudur. Masalar oldukça büyük olduğu içinde mekândaki en büyük alanı kaplamaktadır*” şeklinde özetlemiştir (Brandstatter & Schweiger, 1978, s.105).



Resim 10. Cafe Paulanerhof üst kat bilardo salonu 1910, Das Wiener Kaffeehaus, s.107

Bu açıklamaya uygun olarak Resim 11’de görülen iç mekânın Viyana kahvehaneleri için bir standart olduğu anlaşılmaktadır. Tarif edilen bu durumun mekânların içinde kabul görmesinin ise uzunca bir süreç sonunda olduğu anlaşılmaktadır. Henüz 1700’lü yıllarda Alman kahvehanelerinde, bilardo oynamak sıradan bir zaman harcama yöntemi olmuştur. Bu dönemler içinde kâğıt oyunları ve bilardo oyunlarının para karşılığı oynanması sık sık kavgalara neden olmuştur. Bu tartışmalara karşın kahvehanelerin kapatılmamış olmasının nedeni, bilardo bulundurmanın başından beri ruhsata tabi olması olarak gösterilmiştir. 1800’lü dönemin ardından açılan her kahvehane ve kafe restoranlarda bilardo odası düzenlemesi yapılmıştır. İslam kültürü içinden ödünç alınan satranç daha sonra burjuvanın zaman geçirme yöntemi olarak kullanılmıştır ve üzerine atfedilen çeşitli sıfatların sonucunda, aristokrasinin en sevdiği uğraşa dönüşmüştür. XIX. yüzyıldan sonra ise toplumun tüm katmanları arasında oynanan bir oyun haline gelmiştir.

Viyana'daki bu eğlencenin en önemli mekânı ise Cafe Central olmuştur (Brandstatter & Schweiger, 1978, s.105).



Resim 11.Cafe Wien.1910, Kaffeehaus Album, s.92

3.3 Gastronomi

Viyana kahvehanelerinin sadece kahve tüketilen bir mekân olduğunu düşünmek dar bir pencereden aktarılan gözlem olacaktır. Özellikle kahvehanelerin kuruluş dönemlerinde Osmanlı Devleti'nin kuşatması sırasında öğrendikleri hamur işi ve özellikle kruvasan tarifi ile tatlı-hamur işi gıdalar konusunda başlayan süreç, daha sonra kahvehanelerin gelişimine ve geleceğine büyük etki göstermiştir.

Viyana kahvehanesinin mutfağında erken dönemde sunulan menü incelendiğinde, genel olarak içine hardallı ve yaban turpu konularak yapılan sandviç sunulduğu görülmektedir. Bunun yanında sosisle beraber yumurtalı, jambonlu yemekler servis edildiği aktarılmıştır. Napolyon'un kıta ambargosuyla kahveye erişimin imkânsızlaşması ve kahve servisinin durması sonucunda, kahvehanelerde yemek servisinin başlamasına ve menünün genişlemesine olanak vermiştir. Kahvehaneler hizmetlerini çeşitlendirirken; öğlen ve akşam yemeklerinde restoran hizmeti vermiş, diğer vakitlerde karakteristik kahvehane olarak işlev görmüştür (Wolfschluckner, 2014, s.64). Daha sonra kahvenin tekrar menülerdeki yerini almasıyla, farklı ülkelerde gördüğümüz kavurma, hazırlama, pişirme ve sunum teknikleri nedeniyle sipariş vermek düşünüldüğü kadar kolay olmamıştır. Sıradan

insanların kolaylıkla yanıtlayabileceği konuğun kim olduğu, nasıl bir kahvehane olduğu ve ne tür bir kahve istediği sorusu, Viyana kahvehanelerinde bu basitlikte ilerlememektedir. Viyana’da bir kahvehaneye gidip sadece kahve sipariş edemezsiniz. Çünkü kendinizi daha net ifade etmeniz gerekir. Çeşitleri, hazırlama türleri, renkleri ve seçilecek ürünlerin miktarının sınırsız olması nedeniyle ziyaretçilerin en azından birkaç temel bilgiye sahip olmaları faydalı olacaktır. (Heering, 2011, s.21). Misafirlerin Viyana kahvehanelerinde kendilerini oldukça net ifade etmeleri, onların daha keyifli bir zaman geçirmesi için önemi ortaya koymaktadır.

Viyana kahve kültürünün aksine başka bir kahve ülkesi olan İtalya’da, sipariş edilen kahve karşınıza “*espresso*” olarak çıkarken, İsviçre’de “*café cre`me*”, Norveçte ise “*demi-tasse*” olarak sunulmaktadır. Farklı şekillerde sunulabilen kahve, içeceğin bireysel ifade değerini azaltırken, onu grup kimliğinin sıradan bir sembolüne dönüştürmektedir. XVIII. yüzyıl Avrupası içinde kahve çekirdeklerinin bir kap içinde su ile kaynatılması tekniği, Osmanlı’dan ithal edilmiştir. XIX. yüzyılda Fransa’da geliştirilen damlama ile hazırlama yöntemi ile kahvenin yeni bir ticari ürünü ortaya çıkmıştır. XIX. yüzyılın sonuna doğru artık sömürge malı olmaktan çok endüstriyel bir ürüne dönüşen kahve, yeni endüstriyel hazırlama makinaları buluşlarını beraberinde getirmiştir. Önceleri yerel kavurma ve sunuş tekniklerinin ön planda olduğu döneme karşın, 1908’de, Alman ev hanımı Melitta Bentz, kahveyi sıkan kâğıt filtreleme sisteminin patentini almış ve temiz bir kahve sloganıyla duyurmuştur. Ardından 1933 yılında İtalyan Bialetti şirketi buhar basıncı ile kahve hazırlayan *Mokka*’yı piyasaya sunmuştur. 1938 yılına gelindiğinde Nestle firması İsviçre’de suda çözünür kahve ürününü piyasaya sürerek, kahve içimini farklı bir noktaya taşımıştır (Morris, 2013, ss.883-884). Birçok toplumda kahve ile ilgili çeşitli hazırlama teknikleri geliştirildiği ve bununla ilgili icatların yapıldığı görülmektedir. Bütün bu gelişmelere karşın, Viyana kahvehanelerinin merkezde yer aldığı gibi bir kahve kültürü ortaya çıkmamıştır. Diğer toplumlar içinde kahve, sadece bir tüketici kitlesi üzerindeki etki noktası olarak betimlenirken, Viyana kahvehanelerinde aksine bir kimliğin üzerine inşa edilen kültürün oluşturulduğu görülmüştür.

3.4 Personel

Viyana kahvehane kültürünün en önemli karakterlerinden olan daima siyah smokin giyen ve papyon takan “*garson*” karakteri olmuştur. Garson, kahvehaneye

gelen insanları nezaketle selamlarken, belli görgü kuralları ile misafirleri karşılamaktadır. Örneğin, mekâna gelen kadınların paltolarını almasını söylemeye gerek yoktur. Bununla birlikte bu nezaket kuralları özel kırılğan bir süreç eşlik eder. Viyana kahvehanesinde garsonun arkasından sadece, *Garson!* şeklinde bağırarak onun hızlı tepkisinden ziyade kötü bir davranış olarak addedilir. Bu davranış bir misafirin kahvehanenin içinde ‘merhaba’ diye bağırmasından daha kötüdür. Garsona sadece mekânın müdavimlerinin adıyla hitap etme hakkı vardır (Wolfschluckner, 2014, s.65).

Franz Graffer, 1845 yılında Viyana kahvehanesi garsonlarını “*Viyana kahvehanesinin garsonu olacak kişi zeki ve çok mantıklı, olağanüstü çevik ve hızlı, düşünceli ve ölçülü olmalı ama eğer bir dahi değilse*” şeklinde tasvir etmiştir (Brandstatter & Schweiger, 1978, s.118). Viyana kahvehane kültürü aktarımı noktasında, bir topluluğa ait olan kültürel bilginin, simgesel düzen ve kurumsallaşan söylemin diğer nesillere aktarılması eyleminin odağında “garson” figürünün katkısı inkâr edilemeyecektir. Resim12’de tasvir edildiği üzere, garsonun üzerine giydiği kıyafetleri, servis yaparken kullandığı aksesuarlar, misafire olan davranış tarzı Viyana kahvehane kültürü içinde insana dokunan önemli bir iletişim noktası olduğunu göstermektedir.



Resim 12. Konuk ile garson tasviri, 1830 yılları. Das Wiener Kaffeehaus, s.118

3.5 Viyana Kafe Kültürü Oluşum Sürecine Etki Eden Süreçler

Avrupa'da 1900'lü yıllarda nüfusu bir milyon civarında olan beş şehirden biri olan Viyana'da, XIX. yüzyılda yaşanan hızlı nüfus artışı sosyal yapıyı derinden etkilenmiştir. Bu durum, 1. Dünya Savaşı'ndan önce yaklaşık 60 milyon Avrupalının deniz aşırı hareketi, Orta ve Doğu Avrupa içinde ortaya çıkan kentleşme, sanayileşme sonrasında oluşan emek hareketinin önemli bir sonucu olarak görülebilir. Bu nüfus hareketi, Avusturya- Macaristan imparatorluğu kaynaklarından yapılan incelemelerde ise, uluslar arası yaşanan göçten üç kat daha fazla iç göç yaşandığı görülmüştür (Steidl, 2017, ss.69-70). Viyana'da büyük nüfus hareketlerini tetikleyen unsurların başında, 1840'lardan itibaren artış gösteren Avusturya demiryolu ağının inşası ve bu ağın genişletilmesi için yapılan çalışmalar gelmektedir. Bir diğer faktörün ise İmparator Franz Joseph'in Resim13'te görüldüğü üzere, mevcut şehir planı için hazırlanan proje sonucunda, 1857 yılında aldığı cesur karar ile Viyana şehir surlarının yıkılmasına izin vermesidir. Bu proje kapsamında; kale duvarlarının ve burçların yerine, görkemli apartmanlar, belediye ve hükümet daireleri, opera, üniversite gibi kültür ve öğrenim yapılarından oluşan bir şehrin imar edildiği görülmektedir.



Resim 13.Viyana surları. (URL 3)

Şekil 14'te görülen yeni şehir planıyla, demiryolu inşası ve sanayileşme çabaları içindeki inşaat sektöründe ani yükseliş olmuştur. İşgücü piyasası için bir cazibe merkezine dönüşmesinin ardından Viyana'nın kırsal bölgelerinden merkeze doğru göç dalgası başlamıştır. 1860 tarihli plana göre; Viyana şehrinin yeniden planlanmasının ardından (1859-1873 ve 1890-1900) yılları arasında yaşanan göç hareketinden, İngiliz tarihçi Tony Judt'ın 'kentsel artış ölçeği ve devlet eylem ölçeği arasında makasın açılması' olarak tanımladığı konudan oldukça acı çekilmiştir (Berger, 2014, ss.170-173).

Viyana'da yaşanan yeniden yapılanma ve yeni bir şehir yaratma arzusu sonucu ortaya çıkan iç göç hareketleri ve Avusturya İmparatorluğu'nun 1859 yılında Fransa, 1866 yılında ise Prusya ile girdiği savaşlarda mağlup olması, halkın hem ekonomik hem de sosyal olarak moralini bozmuştur. Ardından tüm bu kötü etkilerin giderilmesi ve yeni bir moral kaynağı olması için İmparatorluğun, büyük ve görkemli bir dünya fuarı organize etme fikri ortaya çıkmıştır. Bu arayışlar sonunda 1873 yılında bir dünya fuarı düzenlenmesi kararlaştırılırken, söz konusu fuar, bir tesadüf eseri Kral Franz Joseph'in tahta çıkışının 25. yılına rastlamıştır. Fuar aynı zamanda Almanca konuşan bir ülkede yapılan ilk fuar olma özelliği taşımaktadır. Fuarın sloganı "Kültür ve Eğitim" olarak belirlenirken, düzenlendiği alan, daha önce yapılan fuarlardan çok daha büyük olmuştur. Tematik olarak yirmi altı gruba ayrılan fuar, madencilik, kimya ve kâğıt endüstrileri gibi çağdaş endüstriyel ve teknik üretimin tüm yönlerini



Resim 14.1860 tarihli Viyana yeni şehir planı. (URL 4)

kapsamasının yanı sıra, müzik aletleri veya askeri ve denizcilik sergileri gibi bir dizi başka alanları da kapsamıştır. Beşinci Dünya Fuarı, önemli bir yenilik olan “şimdiki anın kültürel özlemlerinin bir görüntüsünü” sergileyerek, önemli bir yeniliği de barındırmıştır (Rampley, 2011, ss.110-112).

Büyük yatırım ve tanıtım ile düzenlenen fuar, katılımcı sayısındaki dramatik düşüş nedeniyle beklentilerin uzağında kalmıştır. İstenen tanıtım etkisi bir nebze uluslararası arenada elde edilmiş olsa da yeni şehir düzeni içindeki olumsuzlukları gidermeyi başaramamıştır. Yaşanan olumsuzlukların giderilmesi için yapılan çabaların aksine 1897- 1910 yılları arasında şehrin belediye başkanı olan Karl Lueger'in yaptığı uygulamalar, süreci daha da zora sokmuştur. Başkan Viyana şehrinin sosyal reformu kapsamında düşük ve alt gelir sınıfı desteklemek yerine; alt-orta sınıf ev sahiplerine, esnaf ve zanaatkârlara ve kamu görevlilerinden oluşan imtiyazlı zümre için destekleri kullanmayı tercih etmiştir. İlerleyen dönemde Viyana'da karmaşa ve çelişkilerin yaşandığı, Saraybosna suikastının öncesinde özellikle ağır sanayi bölgeleri çevresinde çarpıcı bir yoksulluk gerçekleşmiştir. Özellikle 1911 yılı Eylül ayında ortaya çıkan fiyat zammı ayaklanmaları, belediye yönetimi üzerinde kalıcı bir etki bırakmıştır. Yönetime yakın, Viyana'nın varlıklı ve sayısal olarak küçük işletmesi ve profesyonel eliti olan aileler, bu durumdan fazlasıyla rahatsız olmuştur (Berger, 2014, ss.170-173). Resim 15'te yeni şehrin Graben caddesinin görüldüğü örnekteki gibi; görkemli kamu binaları, görkemli sarayları ve kültürel başarılarının karşısında toplumun diğer kesiminde; yoksulluk, hastalık ve kötü konutlar gerçeği görülmüştür. Bu çalkantılı süreçte şehrin diğer yanında aynı tuvaleti ve suyu paylaşan, tek odalı dairelerde yaşanan kötü koşullara sahip yaklaşık 30 bin insanın yaşadığı bir başkent görüntüsü ortaya çıkmıştır (Murray, 1996, s.2). Bu dönemin hemen ardından I. Dünya Savaşı ile toplumun yaşadığı zorluklar katlanmıştır. 30 Mayıs 1917'de Avusturya Parlamentosu açılmış olsa da, açlık ve savaş bitkinliği halkın moralini fazlasıyla bozmuştur (Deak & Gumz, 2019, ss.29-44).Viyana'daki büyük dönüşüm kararı ve yarattığı yoğun göç, artan şehir nüfusu ve yetersiz kamu hizmeti sonucunda, şehirde yaşayan insanların hayatlarını oldukça derinden etkilemiştir. Tüm bu karmaşık süreç içerisinde, huzur ve uluslararası arenada tanıtım için yapılan 1873 Viyana fuarının etkisi hemen hissedilmese de ilerleyen süreçte bir değişim görülmüştür.

Bu süreçte, yeni şehir hayatı ve toplumsal kimliği yansıtan bir mekân arayışı, kahvehane kültürünün oluşmasına ve sürdürülmesine etkileyici bir katkı sağlamıştır.



Resim 15. Graben caddesinden görünüm, 1870. Kaffeehaus Album 1860-1930, s.33

3.5.1 Endüstri devrimi ve sonuçları

Avrupa kıtası üzerindeki toplumlar açısından, sosyal yaşamın yeniden şekillenmesi ve yeni bir yaşam kültürünün ortaya çıkmasındaki en önemli etkenin Endüstri Devrimi olduğu açıktır. Yaşanan sanayileşme çabaları, toplumlar üzerinde özellikle ticari ve sosyal yaşamda getirdiği yeni şartlar, etkileri ve sonuçları bakımında günümüz toplumunu da içine alan bir döngü başlatmıştır. 1710-1780 yılları arasında meydana gelen yeni gelişme ve icatların, XIX. yüzyılı etkilemesi, Endüstri Devrimi'nin temelini oluşturmaktadır (Küçükcalay, 1997, s.61). Dünya tarihi içinde ilk kez nüfus artışı ile birlikte hayat standartlarının artması, nüfusun ekonomik gelişmeyi sınırlamaması, üretimi kontrol eden güçlerin hızlı ve sınırsız ürün ve hizmet üretmesinin başlangıcı kabul edilmesi nedeniyle, Endüstri Devrimine dair; insanlık tarihi için “*Kalkış Noktası*” nitelenmesi yapılmıştır (Hobsbawm, 2003, s.30).

XVIII. yüzyılın sonlarına gelindiğinde, Avrupa'daki toplumlarda da yeniliklerin ve icatların yansıması sonucu olarak, toplumsal dalgalanmalar görülmüştür. Yenilik ve gelişmeler, yeni teknolojilerin ekonomi ve toplum refahı üzerindeki etkisi nedeniyle gelişimin odağı olarak görülmüş ve bir akım halini almıştır.

XVIII. yüzyılın ilk çeyreğinde, İngiltere’de toplam patent sayısı üç iken, Fransa’da kabul edilen icat sayısı altıdır. Yüzyılın sonlarına gelindiğinde bu rakam; İngiltere’de 54’e, Fransa’da ise 22’ye çıkmıştır. Yaşadığımız dönem için bahsedilen sayılar az olarak yorumlanmasına karşın, o dönem bağlamında düzenli ilerlemenin anahtarı ve yeniliği temsil etmektedir. Dünya ticaretinin XVII. ve XVIII. yüzyılları arasında müthiş bir gelişme gösterdiğini kayıt altına alan istatistikçi Michael Mulhall, bu faaliyetlerin özellikle Avrupa’da bulunan sömürge devletler tarafından paylaşıldığını aktarmıştır. Endüstri Devrimi’nin başlangıcına bakıldığında; kaliteli pik demir üretimi, buhar motorunun geliştirilmesi ve pamuğun makine ile işlenmesi önemli gelişme ve icraatlar olarak gösterilmektedir. İngiltere’de pik demirin kullanılmaya başlanması, ülkede yaşanan kereste kıtlığından, buhar motorunun keşif amacı ise, kömür madeninde ortaya çıkan suyu dışarı pompalamak çabasıdır. Devrimin ticari ürün olarak en güçlü metası, pamuk ipliğidir. Popüler olan pamuk ipliği için ortaya çıkan yoğun talebe karşılık, nasıl işlenmesi gerektiği ve bu sanayinin elde tutulması en önemli husus olarak ticari hayatın merkezinde yer almıştır. Dönem içerisinde sadece matematik ve sayısal bilimlerle uğraşanların yanı sıra, araştırma ve deney yapan bilim insanları da görülmektedir. Yeni icatlar için ihtiyaç olan araç ve gereçler de yine icat ve yenilik çalışmaları yapan bilim insanları tarafından keşfedilerek, üretilmiştir. Bilim insanlarının yapmış oldukları icatları geliştirebilmesi ve test edebilmeleri için gerekli finansal kaynağa ulaşmaları, iş adamları ile bilim insanlarını bir arada toplayan kulüpler sayesinde olmuştur (Rostow, 2012, ss.258-261).

Endüstri Devrimi hareketliliğinin görüldüğü ilk coğrafyada İngiltere ön plana çıkmaktadır. 1840 başlarında artık yeni icatlar ve gelişmeler daha görünür hale gelmiştir. Endüstri Devrimi’nin ilk dönemlerinde, fazla bir düşünsel gayrete gerek duyulmadığı aktarılmaktadır. Bu gelişmeler içinde İngiltere’nin sayıca fazla uzman ve teknolojik avantajı olmamasına karşın, diğer ülkelerin pazarını ele geçirebilecek kadar saldırgan bir devlet yapısına sahip olması, devrimin merkezine yerleşmesi açısından önemli bir avantaj sağlamıştır. İngiltere, yeni dönemde pamuk endüstrisindeki hâkimiyeti ve sömürgeci yayılma politikalarını en iyi uygulayan devlet olması nedeniyle diğer ülkelerin önüne geçirmiştir. Dönem içinde teknik yenilik olarak aktarılan uçan mekik, iplik büküm makinesi gibi gereçler görece belli bir bilgiden öte geçememiştir. James Watt’ın buhar makinesi bile bu dönemin fizik bilgisinden fazlasını içermemektedir. Fransa doğa bilimlerinde İngiltere’den önde olmasına

karşın, tarım alanında en büyük ilerlemeyi İngiltere göstermiş ve aynı zamanda diğer ülkelerin de benzer politikaları benimsemelerine öncülük etmiştir. Endüstri Devrimi'nin başlangıç dönemini olan 1789 yılına bakıldığında, dünya nüfusunun çok büyük bölümünün kırsal bölgelerde yaşadığı anlaşılmaktadır. Avrupa'da farklı konumlarda bulunan ve kent olarak tanımlanan yerleşim alanlarında, nüfusun yüz binler seviyesinde olduğu görülmüştür. Örneğin, Avrupa'da kent olarak nitelendirilebilecek iki büyük yerleşim alanından biri olan Londra, yaklaşık 1 milyon, Paris ise 500 bin nüfuslu şehirler olmuştur. Nüfusun tarım ve kırsal bölgelerden gelen gelirlere bağlı yaşaması nedeniyle, XVIII. yüzyılın sonuna doğru Avrupa kıtası için bu bölgeler refah kaynağı olarak görülmüştür. Ancak bu dar bakış açısı aynı zamanda dönemin temel sorunu olarak kendisini göstermiştir. Örneğin, Avusturya'nın 1834 yılı nüfus yapısı incelendiğinde, nüfusun yaklaşık yüzde 94'ünün kasabalarda yaşadığı görülmektedir (Hobsbawm, 2003, ss.14-34).

Tüm bu gelişmeleri toplum içinde farklı potalarda eriterek, en iyi sonuca ulaşmış olan ülke İngiltere'dir. Woodruff (2010) aktardığı şekilde zengin demir ve kömür yatakları, gelişmiş demiryolu, gelişmiş taşıma ve ulaşım, kredi ve bankacılık sistemi, yetenekli burjuva sınıfı ve çalışma ahlakı, Endüstri Devrimi'nde özellikle Avrupa kıtasında İngiltere'yi diğer ülkelerin önüne geçirmiştir. İngilizler, ekonomi ve yönetim sistemlerini 1650-1750 yılları arasında tarım alanında yaptıkları yenilikler ile pekiştirmiştir. Elde edilen kazanımlar Endüstri Devrimi'ne kaynak olarak kullanmıştır. İngiltere, Endüstri Devrimi'nin ticari potansiyelinden faydalanarak, uluslararası ticareti en iyi şekilde kullanmıştır. Sanayinin ihtiyacı olan hammaddeyi çok miktarda temin ederek rahatlıkla satmıştır. İngiltere ve diğer ülkelerin de içinde olduğu endüstriyel sıçrama ve ticari gelişme, toplumsal yaşamda derin kırılmalara, yeni fikirlerin ortaya çıkışına, yeni sosyal akımlara ve sosyal yaşamda yeni düzen arayışlarına neden olmuştur (Akagündüz, 2010, s.423).

Endüstri Devrimi, insanlık tarafından bir sıçrama tahtası olarak kullanılarak, arzu edilen büyük gelişmenin adımını attırıştır. Devrim ile Avrupa kültürü insanının hayat tarzı temelden değişmiştir. Nüfus artışının ekonomik büyümeyi engellememesi, Endüstri Devrimi'nin ekonomik büyümeye örnek olması şeklinde değerlendirilebilir (Küçükkalay, 1997, s.52). Devrimin sonuçlarının ticari hayattaki yansımaları incelendiğinde; geçmiş dönemde kilise ve din temelli ideolojinin etkisinde bulunan ticaret, bu tür baskılardan kurtulmaya başlamıştır. *Servet* kavramı ortaya çıkmış ve

kavram tıpkı insanların fakir veya zengin nitelendirmesi şeklinde olduğu gibi, ülkelerin de zengin veya fakir sayılmasına neden olmuştur. Değerli madenlere ve kaynaklara sahip olunması gerektiği düşüncesi ortaya çıkmıştır (Zeytinoğlu, 1985, ss.35-36). Bu düşüncenin ticari hayattaki tanımı “*Merkantilizm*” olmuştur. Merkantilist ekonomi düşüncesinde; ithalat düşürülerek ihracatın artırılması, bu amaç için devletler her türlü yasal düzenlemeyi yapmalı şeklinde tanımlanmıştır. Bu düzenlemeler sayesinde değerli kaynağı artan devlet veya ülke zenginleşerek diğer devletlerin ekonomik önüne geçebilecektir. Bu ekonomi yönteminin uygulandığı dönemde, yerli ticaret yapan firmalar desteklenmiş ve hammadde ihracatı yasaklanırken, firmaların ürettiği bitmiş ürün veya madde ihracatı desteklenmiştir (Aydemir & Güneş, 2015, s.145).

Merkantilist ekonomik sistemi en iyi uygulayan ülke İngiliz devletidir. Sistemin farklı alanlarda etkileri görülmüştür. Özellikle kapitalist ekonominin temelinde yer alan sınıf kavramının ortaya çıkması, toprak mülkiyetinde meydana gelen değişimler, toprak mülkiyeti rejimi oluşması ve geleneksel tarım ürünlerinin yerine sanayinin ihtiyacı olan ürünlerin yer değiştirmesi süreçleri yaşanmıştır. Ekonominin en önemli araçları olan para ve bankacılık alanında ortaya çıkan gelişmelere bakıldığında; yerel hükümetler ortadan kaldırılmış ve ülkenin tamamında kullanılabilir ortak para birimine geçiş yapılmıştır. Bunun sonucu olarak ticari faaliyetlerin daha hızlı işleyebilmesi için “*banknot*” adı verilen temsili paranın kullanılmasına başlanmıştır. Sanayi alanındaki gelişmeler ilk önce tekstil alanında yaşanan icat ve yenilikler ile ortaya çıkmıştır. Gelişimin odağındaki demir madeninin etkin kullanımı, sanayiye yansımıştır. Demir madenin işlenebilmesi için kok kömürünün kullanılması da demir cevherini işlemeyi kolaylaştırmıştır. Demirin sanayide daha etkin kullanılması, makine çağının başlaması için zemin hazırlamıştır. El emeğinin yerini makinaların alması fabrikaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu değişim, devrimin sonuçları arasında sosyal hayatta her türlü devlet müdahalesinin tecavüz sayıldığı, serbest rekabet sisteminin uygulandığı, “*kişinin kendisi için aradığı yüksek yararın topluma da faydası olacaktır*” ilkesinin benimsendiği liberal ekonomik sisteminin oluşmasına olanak sağlamıştır. Liberal ekonomik yönetim düşüncesinin tüm ilerleme çabalarına karşın, XIX. yüzyıl sonlarında bu düşünce, yerini kapitalist sisteme bırakmak zorunda kalmıştır. Sosyal anlamda sınıf kavramı ile ortaya çıkan düşüncenin yansıması olan işçi sınıfının ortaya çıkması, yeni bir toplumsal düzene

geçışı beraberinde getirmiştir. Artık tüm eylem ve gayretler kâr unsuru ile ölçülmekte ve gözetilmektedir. Sermayesiz üretim olamayacağı anlayışı benimsenmiştir. Kapitalist sistemin doğuşu, liberalizm sisteminin sonunu hazırlayan en önemli iki konu; Avrupa’da yayılan sanayileşme hareketi ve bunun sonucu olarak ortaya çıkan sosyal adaletsizliğe karşı ortaya çıkan tepkiler olduğu görülmüştür (Zeytinoğlu, 1985, ss.35-67). Yalçın (1993)’e göre; genişleyen toplum yapıları ve kalabalıklaşan şehirlerde sosyal adaletsizlikler, sefalet, ahlaki bozulmalar ortaya çıkmıştır. Bunun çarpıcı örneği; İngiltere’de önceki dönemlerde kültürlü, estetik unsurları gözetilen toplumun adeta görünmez hale gelmesidir (Küçükkalay, 1997, s.64). Gelişmeler, emek gücünün mekanik güç ile yer değiştirmesine ve makinelerin insanlarla birlikte üretim hayatına katılmalarını sağlamıştır. XIX. yüzyıl sonu ve XX. yüzyılın başında ortaya çıkan ikinci devrimde, elektrik ve seri üretimin rolü ön plana çıkmıştır. Montaj hatlarındaki gelişmeler, seri imalatlar günümüze kadar olan süreci etkilemiştir (Schwab, 2016, s.16).

Gelişen ve büyüyen toplumun temelini oluşturan insan, yeni çalışma ve yaşam düzeni içinde sosyalleşme mekânı olarak kahvehaneleri ve kafelere yönelmiştir. Bu mekânlar kullanılırken tüketilen kahve, gazete, mobilya öğeleri aracılığıyla inşa edilen kimlik unsuru aynı zamanda kültürel belleğin temelini oluşturmuştur. Endüstri devrimi tüm dünyayı etkisi altına alırken, bu devrimin karşısında yeni akımların ve düşüncelerin ortaya çıkması uzun sürmemiştir.

3.5.2 Endüstriye tepkiler / Arts & Crafts akımı

Endüstri Devrimi olanca hızı ile toplumları dönüştürürken,1860’tan itibaren insan emeğini ön plana koyan öncü sanatçılar William Morris ve Charles Ashbee önderliğinde, sanayileşme karşıtı Arts&Crafts hareketi ortaya çıkmıştır. Akım öncülerinin üzerine yoğunlaştıkları ve ilgilendikleri ana konu; nesnelerin nasıl üretildiğidir. Hareket, el sanatlarına bağlı kalma düşüncesini benimseyen birçok tasarımcı ve mimar tarafından da desteklenmiştir. Arts&Crafts hareketi Art Nouveau’ya dönüşerek 1910-1920 yılları arasında özellikle Avrupa ve Amerika kıtası dışında da devam etmiştir. Hareketin özellikle iç mekânda estetik unsurları içeren metal işleri, kumaş ve mobilya tasarımlarında etkisi hissedilmiştir. Ürün tasarımlarının birçoğunda bitki, hayvan ile doğadan ilham alan çizgiler ve renkler kullanılmıştır. Resim 16’da görülen yer karosu tasarımında olduğu gibi, genel olarak krem ve yosun yeşil renklerin

kullanıldığı iç mekân tasarımları ortaya çıkmıştır. Ashbee gibi sanatçıların çalışmalarında, özellikle parlak emaye ve tamamlayıcı renkler, ürünler hâkim olmuştur. İç mekânda yaşanan Arts&Crafts hareketinin en fazla hissedildiği mekânlar arasında mutfaklar dikkati çekmektedir. XIX. yüzyılın başlarında mutfak tasarımında, gıda saklama ve mutfak temizliğinin öne çıkmasıyla, mutfak zeminleri ve duvarları seramik karolar kullanılarak tasarlanmış ve üretilmiştir (Becker, 2016, s.7).

İnsanların kent yaşamı deneyiminin henüz başında olması, Avrupa'nın farklı bölgelerinde farklı endüstriyel gelişimlerin ortaya çıkması, tehlike olarak algılanmıştır. Özellikle eski Avrupa'da, problemlere yaklaşımın yeni dünya düzeninden oldukça farklı olması, Avrupa'nın aksine Amerika'da Arts&Crafts hareketinin oldukça başarılı sonuçlar ortaya çıkarmasını sağlamıştır. Akım ile Avrupa'daki lüks malların benzerleri, son derece yetenekli, küçük ölçekli atölyelerde üretilerek, geniş bir pazara yayılmayı başarmıştır (Carruthers, 2006, s.96).

Endüstri Devrimi'nin karşısında yer alan zanaatkâr ve sanatçıların belli bir dönem gündeminde olan Arts&Crafts akımı; bu akımın farklı sanatçı ve kişiler



Resim 16. William Morris tasarımı yer karosu. (URL 5)

tarafından icra edilmesi ve yorumlanması yeni fikirlerin oluşmasına, farklı görüşlerin uygulama çabalarına sahne olacak yeni düşüncelere uygulama ortamı sağlamıştır.

3.5.3 Art Nouveau akımı

Art Nouveau, 1892'de Batı Avrupa'nın uygulamalı sanatında ilk kez kendini hissettirmiş olmasına karşın, ortaya çıkışı daha yavaş bir süreç izlemiştir. İngiltere'de ulusal bir hareket olarak başlayan ve daha sonra etkisini Avrupa ülkelerinde gösteren Art Nouveau, özellikle doğu etkisini yansıtan Japonya sanatı ve antik Yunan mimarisinin boyalı desenleri, kalamar ve ahtapot çizimlerindeki esinti gözlemlenebilmektedir (Schmutzler, 1978, s.14).

Yavaş yaşanan ortaya çıkış süreci içinde çok fazla talep görmeyen birçok uygulamalı sanat dalına yoğun bir yönelim ortaya çıkmış, geçmiş dönemde iç mekân tasarımında kullanılan en basit ev eşyaları bile zengin bir şekilde dekore edilirken, XIX. yüzyıl dünyası sadece işlevsellikle ilgilenmeye başlamıştır. Art Nouveau'nun ortaya çıkışını işaret eden simgeler Resim 17'de giriş kısmı görülen 1889 Dünya Fuarında görülmeye başlamıştır. Özellikle Amerikan gümüş ustaları Graham ve Augustus Tiffany; atölyelerinde ürettikleri vitray ürünleriyle fuarda devrim yaratmıştır.



Resim 17.1889 Fransa Dünya sergisi merkez kubbeye bakış. (URL 6)

Fuarın kısa sürede yansımaları görülmeye başlamış ve ön yargılardan kurtulan sanatçılar yeni ifade biçimleri aramaya başlamışlardır. Özellikle İngiliz Art Nouveau sanatçıları, korku ve saygıyla kopyalamak yerine, yeni bir şey yaratmanın duygusu ve sevinciyle akımı zenginleştirmişlerdir (Lahor, 2014, ss.9-13).

Aynı zamanda Art Nouveau, Macaristan, Rusya ve Romanya gibi unutulmuş ülkelerde de güçlü bir şekilde temsil edilmiştir. Resim 18’de, 1900 yılında Fransa’da gerçekleştirilen fuarda, bijuteri, seramik, cam üfleme, heykel ve madalyon gibi sanat dallarındaki ilerlemeyi görmek mümkün olmuştur. İngiltere pavyonunda 1878 yılına ait mobilya üretimi en iyi şekilde temsil edilirken, 1900’deki Paris Dünya Fuarında, İngiltere ve Belçika çeşitli sebeplerden dolayı fuarda eksik temsil edilmiştir. Almanya; rafine dökme demir kullanarak eski geleneklere dönüşü, uygulamalı sanatların geliştirilmesi ve ulusal mimarisinin korunmasına verdiği önem ile ün kazanmıştır. İngilizlerin yapmış olduğu yöntemin bir benzerini izleyen Almanlar, bu dönemde mimari miraslarını Art Nouveau tarzına göre restore etmiştir. Almanya, XVII. ve XVIII. yüzyılda yabancı etkilerin hâkim olduğu döneme göre, Art Nouveau hareketinin etkisiyle geçmişiyile bağını yeniden kurma olanağı bulmuştur(Lahor, 2014, ss.48-67).



Resim 18.1900 Fransız Fuarı ana girişi tasarımı. (URL 7)

Avrupa ülkeleri çalışmaları ile ortaya çıkan bu yeni akıma katkıda bulunurken, farklı şekillerde isimlendirmişlerdir. Akım; Almanya’da “*Jugendstil*”, Viyana’da “*Secession stil*”, Katalan bölgesinde “*Modernise*” olarak tanımlanmıştır. Modern sanatın doğumuna ön ayak olan Art Nouveau, yoğun olarak etkisini gösterdiği New York, Viyana, Barselona, Londra, Brüksel ve Münih’te bulunan yaratıcı sanatçılar yoluyla çok sayıda eserde farklı şekilde sunulmuştur (Schmutzler, 1978, s.7).

Bu akımın öncüleri arasında olan Belçikalı mimar Victor Horta; Doğu ve Japon sanatından öğrendiği esinlenmeleri, Avrupa sanatı içinde sentezleyerek, simetriye özen göstermeden, sadece dolambaçlı eğrilerden ve kavisli, çapraşık çizgilerden oluşan tasarımları ile akım içindeki yerini almıştır. Esinlenmenin sadece taklit olmadığını göstergesi; kullandığı bu çizgileri modern gereksinimlere uygun şekilde yapmasıyla açıklanacaktır (Gombrich, 1997, s.349). Bir başka sanatçı Van de Velde’nin, konstrüksiyon dışında ortaya koyduğu ritmik süslemeler ve serbest çizgi tasarımlarının, dünyanın farklı ülkelerinde çeşitli şekillerde görülmesi, Art Nouveau’yu tek başına bir sanatçı görüşü olarak sunmayı olanaksız kılmaktadır. Bu stilin aslında “doğal olma” gereği düşüncesinden hareketle, sadece Avrupa’ya özgü olmadığını göstergesi olarak, Louis C. Tiffany 1890 tarihinde, New York’ta, örnek olarak Resim19’da görülecek olan hareketli ve sürekli çizgilere sahip, doğa formlarının bir akis’i olma düşüncesi ile tasarladığı cam objelerle yansıtmıştır (Turani, 1990, s.639).



Resim 19. Tiffany & Co., Morsalkım lambası. Bronz ve cam. Jugendstil s.50

Fransız sanatçılar bitki ve doğa süslemelerini şematik olarak stilize etmek yerine, çiçeğin doğal inceliğini koruyan ve şeklini avantaja dönüştüren yeni formlar üretmeye odaklanmışlardır. En iyi Fransız zanaatkarlar, yapmış oldukları tasarımlarında eski tasarımlardaki şekil ve yorumları taklit etmek yerine doğanın özgür yorumunu yapmışlardır. Charles Plumet, Tony Selmersheim, Louis Sorel ve Eugene Gaillard dönemin en iyi mobilya üreticileri arasına girmişlerdir. Fransa’da restoranlar ve “*Brasserie*” mekânları yeni trendin gelişimi sırasında ayrıcalıklı mekânlar olarak hizmet etmiştir (Lahor, 2014, ss.36-38).

Art Nouveau’nun Avrupa içindeki başka bir merkezi Münih olmuştur. 1890 yılında Münih’te bir grup ressam, heykeltıraş ve sanatçı, yaptıkları çalışmaların çevrelerinde yaşanan zevksizlikler için katkıda bulunmamak düşüncesiyle akademi ile olan yollarını ayırmış, el işlerine ve iç mekân tasarımına yönelmiştir. Münih’te ortaya çıkan “*Jugendstil*” grubunun oluşumuna paralel olarak, Viyana’da bazı sanatçılar aynı düşünceleri benimseyerek bir araya gelmeye başlamıştır. Avusturya’nın tanınmış mimarı Otto Wagner (1841-1918) ve onun etrafında öğrencilerinin oluşturduğu bir grup olarak tanınacak birlik, daha sonra genişleyerek tüm dünyada tanınmışlardır (Turani, 1990, ss.639-641). Tüm bu yaratım çabaları sürerken, 1911 yılında İngiliz eleştirmen Elder Duncan’ın bu akımı bir kaos olarak tanımladığı, “*tasarım alanında yaşanan bu kaosun, Fransa, Almanya, Avusturya ve İtalya’nın tamamına yayıldığı görülmüştür*” şeklinde aktarılmıştır (Beddoe, 2003, s.161).



Resim 20. Frederic Leylands Haus, 1876. Freer Gallery of Art, Washington, D.C. Jugendstil. s.10

1900-1905 yılları arasında yoğun bir ilerleme gösteren Art Nouveau akımı İngiltere'nin bu akım içinde Fransız etkisinde kaldığı ve bu bağlamda yadırgandığı eleştirilerini almıştır. Silverman, Art Nouveau akımının; sanat, el sanatları ve sosyal yaşam arasında Almanya, Belçika, Avusturya ve İspanya'da olduğu gibi depolitizasyona neden olduğunu savunmuştur (Theiding, 2014, ss.215-216). Art Nouveau'nun en eksiksiz değerlendirmesi 1902'de The Craftsman'ın Haziran sayısında, Irene Sargent'ın "*The Wavy Line*" adlı yazısında sadece dekoratif bir ifade olarak yorumlamıştır. Bu görüş, hareketin temelde yüzeysel çağrışımları içerdiği, çoğu eleştirmen tarafından ortak nokta olarak alınmıştır.

Olumsuz eleştiriler karşısında Jean Schopfer, Art Nouveau'nun olumsuz bir hareket olduğunu reddeden ve bunu destekleyen altı olumlu ilke ortaya atmıştır. Bu ilkeler; her kopya sanatın bir olumsuzlaşmasının olduğu, zanaatkarların icadı olduğu gerçeğinin Art Nouveau ile ilgilenen herkes tarafından kabul edilmesi gerektiği, Art Nouveau'nun yeni güzelliklerin keşfi için doğaya geri döndüğü, güzel malzemeleri tercih ettiği, dekoratif sanatların bütününe içerdiği ve bazı çoktan kaybolan sanat dallarını canlandırmış olduğu ve Art Nouveau'nun tamamen özgür olduğudur (Grady, 1955, s.187).

Art Nouveau, plastik sanatlardan farklı olarak, mimari ve uygulamalı dekoratif sanatların her türüsünde en etkili şekilde ifade olanağı bulmuştur. Resim 20'de görülebileceği üzere, iç mekân tasarımı, mobilya, seramik, cam, gümüş ve mücevher tasarımı, tekstil, kitap ve poster tasarımı gibi alanlarda benzersiz örnekler ortaya çıkmıştır (Martin, 2000, s.348).

Mağaza ve kafe tasarımlarının yanında, yeniyi temsil eden mekânlarda gelişim göstermiş ve yoğun kullanımı görülmüştür. Sunmuş olduğu tüm yeni fikir ve ürünlere rağmen, inşaatı ve planları değişmeden binaların cephelerine kolayca uygulanması, yerleşik mimari uygulama biçimlerine etkili ve kapsamlı bir meydan okumadan ziyade, sadece bir moda olduğunun anlaşılmasıyla beraber hızlı bir çöküşe geçmiştir (Chakraborty, 2017, ss.344-347). Art Nouveau akımı, temsil edildiği ülkeler arasında Almanya ile onun organik bir parçası olan Viyana'yı etkilemesi uzun sürmemiştir. Özellikle kültür alanında yaptığı atılımlar ve yeniliğe yönelik adımlar, Art Nouveau tarzını şehir ve toplum hayatına yansıtmayı başarmıştır. Ayrıca tarza özgün eserler yaratılarak "Viyana Secession" şeklinde anılması sağlanmıştır.

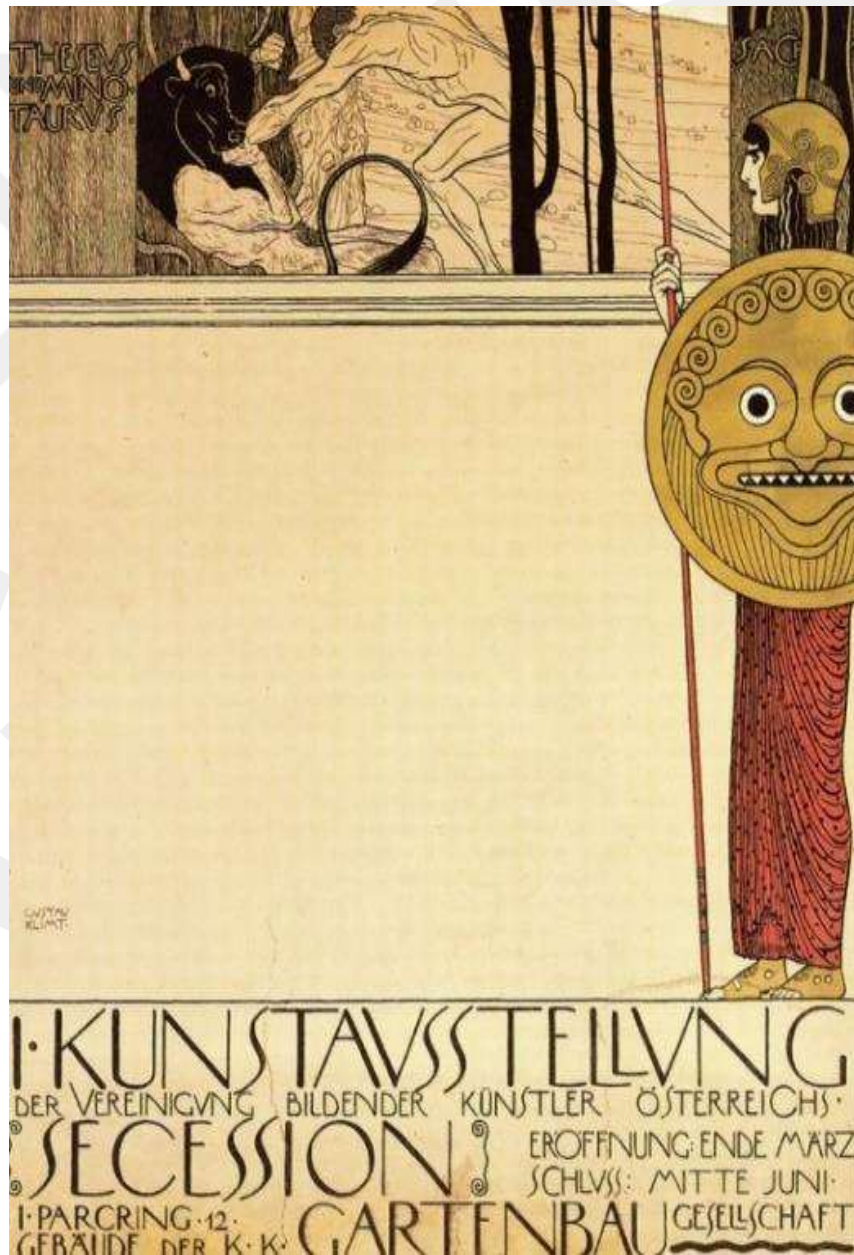
3.5.4 Viyana Secession

Ringstrasse'nin en eski yapılarından biri olan Künstlerhaus, İtalyan Rönesans villası tarzında tasarlanmış (1865-1868) ve genellikle muhafazakâr bürokratların başkanlığında Viyana'nın ana sergi salonu konumunda olmuştur. O dönemde tanınmış sanatçı Künstlerhaus'a ait ve bağlı olarak görülmüş, her yıl çalışmaları halka açık sergiler için değerlendirilmiştir. Empresyonist ve Modernist çalışmalar, akademinin yaygın şekilde kabullenme görüşüne karşın, Künstlerhaus jürisini etkilemeyi başaramamıştır. Künstlerhaus'taki modern düşünen sanatçılar, fikir alışverişinde bulunmak ve Fransa'daki Meissonnier ve Puvis de Chavannes gibi, yeni sanatçıların çalışmalarını tartışmak için ya Café Zum Blauen Freihaus'ta ya da Café Sperl' de düzenli olarak buluşmaya başlamıştır. Bu düzenli görüşmeler iki farklı grubun ortaya çıkmasına neden olmuştur. Grup üyelerinden olan Adolf Bohm, Josef Engelhart, Alfred Roller, Friedrich König ve Ernst Stohr daha çok natüralizm ile ilgilenirken; 1894-95'te kurulan Siebener Club üyelerini oluşturan Koloman Moser, Max Kurzweil, Leo Kainradl ve genç mimarlar Josef Hoffmann ve Josef Olbrich'in de dahil olduğu grup ise daha çok stilizasyon'a yönelmiştir. Kasım 1896 yılında muhafazakâr Eugen Felix, Künstlerhaus'un yeniden seçilmesi sonucu çoğu geçmişte sergilerden dışlanan örgüt üyeleri, muhalefet etmeye başlamıştır. Klimt liderliğinde, 1892'de Franz Von Stuck tarafından kurulan Berlin ve Münih Secession ayrılıkçıları modellerine dayanan, yeni bir topluluk oluşturma kararı alınmıştır. Gustav Klimt'in 1887'de Burgtheatre tiyatrosunda yaptığı pano resimleri, 1890'da imparator ödülünü kazanmasını sağlamıştır. Bu ödülle ünlenen sanatçı, böylece ayrılıkçı sanatçıların en ünlüsü olarak, burjuva Ringstrasse kültürünün en sevilen sanatçısı olmuştur. Dönemin ünlü sanatçısı olan Klimt'in yeni hareketin liderliğini üstlenmesi doğal karşılanmıştır. 3 Nisan 1897'de Künstlerhaus'a, Klimt'in başkan ve Rudolf von Alt'ın onursal başkan olduğu yeni bir grup kurulduğunu duyuran bir mektup gönderilmiştir. Mektup ekinde aktarılan listede kırk üyeden yirmi üçünün Künstlerhaus'a üye oldukları görülmüştür. Böylece aralarında Gustav Klimt, Joseph Olbrich ve Koloman Moser'in yer aldığı önemli isimlerden oluşan bir liste ortaya çıkmıştır. Listeyi oluşturan grup, Künstlerhaus 'ta kalmayı istese de 22 Mayıs'ta yapılan yönetim kurulu toplantısında kendilerine karşı bir gensoru önergesi verilmiş ve toplantıyı terk etmeye zorlanmıştır. İki gün sonra Künstlerhaus'a, Stor, Olbrich, Moser, Carl Moll ve Felician von Myrbach gibi 12 üye sanatçının istifasını duyuran resmi bir istifa mektubu gönderilmiştir. Gelecek iki yıl

boyunca aralarında Hoffmann, Kurzweil gibi sanatçıların bulunduğu ve 11 Ekim 1899'da Otto Wagner ile sona eren istifalar gerçekleşmiştir (Rosenman, 2017).

Yaşanan bu süreç sonucu ve Almanya'da etkisi hissedilen Art Nouveau akımı düşüncesinden etkilenen Viyana'nın genç sanatçı ve mimarları, 1898 yılında bir araya gelerek "*Vienna Secession*" (*Viyana Ayrılığını*) kurmuşlardır. Secession hareketinin amacı, halkın ve koleksiyoner kişilerin eserlerini görebileceği şekilde sergilemek amacı ile Resim 21'de Secession hareketinin düzenlemiş olduğu ilk sergi afişi ile birlikte Secession hareketi başlamıştır (Clericuzio, 2017, s.6).

Secession' un 1897'de ortaya çıkışına karşın, Mozart, Schubert, Beethoven gibi yeteneklere sahip olmuş şehrin müzik geleneğine olan bağlılığı nedeniyle Viyana halkı görsel sanatlara çok fazla ilgi göstermemiştir. Viyana Secession sanatçıları da kendilerini daha iyi ifade etmek ve halk ile temaslarını sürekli kılmak için “*Ver Sacrum*” adında özel bir dergi çıkarmıştır. Secession' un resmi dergisi Resim 22'de ilk sayının kapağı görülebilen “*Ver Sacrum*” yani “*Ayrılık*”, ilk olarak 1 Ocak 1898'de gazete bayilerinde halka sunulmuştur. Secession çabaları sayesinde, görsel tasarım, duvar kâğıdı deseni, mobilya tasarımı ve tekstil ürünleri gibi, her Viyana evinin hayati bir parçası haline gelmiştir (Celenza, 2004, ss.203-205).



Resim 21. Vienna Secession ilk sergi afişi. 1898. (URL 8)

Ayrılığın lideri konumunda olan sanatçılardan Otto Wagner ve öğrencileri Josef Hoffmann, Josef Olbrich, Josef Urban ve Otto Prutscher gibi modern mimarlar, Biedermeier stilini, nispeten daha basit formları ve temiz çizgileri ve daha basit bir ev hayatı ile olan ilişkisini benimseyen bir anlayışa bağlı kalarak çalışmışlardır. Bu yeni tarzı J. Folsenics; "*Viyanalı bir kadına çok benziyor, kıvrımlı ve duyumsal, ancak samimi ve nihayetinde kentsel veya kozmopolit olmaktan çok, aslında içten*" bir tarz şeklinde tanımlamıştır (Houze, 2002, ss.4-5). Secession sanatçılarının konstrüktif biçimlenmeye uygun süsleme biçimine ulaşmak için, geometrik unsurlar kullanarak formüle ettikleri görülmüştür. Böylece doğadan esinlenen kavisli çizgilerin yerine, daha açılı ve keskin hatlı dikdörtgen, üçgen, daire geometrik unsurları kullanmaya başlamışlardır (Turani, 1990, s.642).

Viyanada Secession hareketi içinde yer alan farklı üretim ve tasarım tarzları içinde yaşamını sürdüren sanatçı ve mimarlar, Endüstri Devrimi'nin bu baş döndürücü hızı ve yeni olanı keşif yolcuğu içinde benzersiz sanatsal eserler sunmalarına olanak sağlamıştır.



Resim 22. Ver Sacrum'un ilk sayısının kapağı, Alfred Roller (1898). (URL 9)

Viyana Secession sanatçı ve zanaatkârları, tasarlamış oldukları ürünleri hem üretebilmek hem de aracısız olarak tüketicilere ulaştırabilmek için yeni bir yol aramışlardır. Tüm bu arayışların sonucunda 1903 yılında mimar Josef Hoffmann ve sanatçı Koloman Moser ile Resim 23’te bir şubesi görülen “*Wiener Werkstätte*”yi (Viyana Atölyeleri) kurmuştur. Viyana atölyeleri girişimi; ekonomik olarak daha erişilebilir, fiziksel olarak rahat taşınabilir ürünler tasarlamak iddiasıyla yola çıkmıştır (Hess, 2011, s.19).

Josef Hoffmann ve Koloman Moser, ticari standart haline gelecek şık iç mekân tasarım şirketi tasarım ilkesi olarak, “*Bir ürün için on gün çalışmak bir günde on ürün üretmekten iyidir*” sloganını kullanmıştır. Viyana atölyeleri; modern tekstiller, mobilyalar üretmiş, sunmuş olduğu tarz kısmen 1900 ve 1904 yılları arasında Hoffmann ve Moser öğrencileri tarafından uygulamalı sanatlar okulunda düzenlenen ev mobilyaları sergileri sayesinde tanınmaya başlamıştır. Bu girişimin özellikle hitap ettiği müşteri grubunun; 1890 ve ilerleyen yıllarda liberal orta sınıfların siyasi gücü azalmış olmasına karşın, servetlerini arttıran kimseler olduğu anlaşılmaktadır.



Resim 23. Karlstad’daki Wiener Werkstätte mağazası. 1909. Pleasure in the beautiful 'thing as such': Fashion and the Wiener Werkstätte, s.101

Gelir seviyesi yüksek olan bu topluluğun, Viyana yüksek burjuvazisi için yoğun bir şekilde çalışan Gustav Klimt gibi ayrılıkçı sanatçıları ve Viyana Atölye tasarımcılarına tasarım yaptırdıkları da bilinmektedir (Gronberg, 2001, ss.73-74).

Viyana atölyeleri kurucusu Hoffmann'ın tasarım anlayışına göre; ev, "kullanıcıları ve ev sahiplerinin karakteriyle uyumlu olacak şekilde tasarlanmalıdır ve kişinin karakteri kadar kişisel hiçbir şey yoktur" düşüncesine sahiptir. Bu düşüncenin sonucu olarak da, müşteri veya mekân sahibi eve kendi başına nesnelere ekleyememe sorununu beraberinde getirmiştir (Colomina, 2010, s.75). Wiener Werkstätte' in içinde yer alan beş kadın ve beş erkek öğrenci "*Wiener Kunst im Hause*" isminde yarattıkları iç mekânla, 1900 yılındaki Paris Sergisi ve 1902 yılı Kasım-Aralık aralığında düzenlenen 15'inci Viyana Secession Sergisi'nde eleştirilenler tarafından basitliği, kadınsı yaratıcılıkları, tasarımlarının pratikliği ve satın alınabilirliği nedeniyle övülmüştür. Özellikle gruptaki kadınlar tarafından tasarlanan porselen kahve takımları ve işlemeli masa örtüleri, sade ve renkli desenleriyle geleneksel Avusturya halk sanatını çağrıştırdığı ifade edilmiştir (Houze, 2002, s.3). Arts&Crafts ve XIX. yüzyılın sonlarında üretilen dekoratif ürünlerin işçilik ve tasarım seviyesini yükseltmek için kurulan Viyana atölyelerinde, modern tasarımın yansıması için olağanüstü işçilik ve kaliteli malzemelerden, estetik duyarlılığı ön planda tutulan mekânları ortaya çıkartılmış. Böylece toplam sanat eseri mantığı, yüksek bir maliyeti de beraberinde getirmiştir (Hess, 2011, s.21).

Art Nouveau'nun, Avrupa ve özellikle Viyana'ya yansıması, Endüstri Devrimi'nin toplumun tüm katmanlarını içine aldığı ve bu devrime karşı farklı düşüncelerin, görüş ve tepkilerin temelini oluşturduğu görülmektedir. Tıpkı diğer şehirlerde olduğu gibi Viyana'daki sanatçı ve düşünürlerin, yeni ortaya çıkan bu sürece özne veya nesne olarak katkı sunduğu anlaşılmaktadır. Art Nouveau'nun yüzeysel bir akım şeklinde nitelenmesi, etkisinin giderek azalmasına ve destekleyen mimar ve sanatçıların bu akımı dönüştürerek, endüstri devrimi ile eşgüdümlü hareket edecek olan Art Deco akımının doğuşunu hazırlamıştır. Endüstri Devrimi'nin ortaya çıkardığı makineleşme ve değişen üretim teknikleriyle birlikte, el işçiliği ile yapılan ürünlerin zamanın beklentisi olan hız, maliyet bağlamında standart üretim yapma düşüncesi karşısında daha fazla direnememiştir. Ulaşım ve iletişimin gelişmesiyle, dünya artık daha da küçük algılanmış, makineleşmenin yaygınlaşmasıyla yeniden açıklanmaya çalışılan bir güzellik kavramı da oluşmuştur. Bu dönemde yoğunlaşan güzellik tanımı

için, zamanın hızı ile uyumlu olması beklenmiştir. Yeni formların geliştirilmesi düşüncesiyle öne çıkan Art Deco; zarif ve özenle çalışılmış kavisli çizgiler ve boyutları ile dikkat çekmektedir (Charles & Carl, 2013, s.15). Art Deco; geometrik formları, yoğun çapraz çizgileri, zıt renkleri, siyah, beyaz ve altın rengini, abartılı güç ve zenginliğin ayrıntılarını modern hayatın gerekleri şeklinde sunmuştur (Alpat & Papila, 2019, s.563). Viyana Secession ve onun içinden doğan Wiener Werkstätte; her ne kadar değişimi ve onun peşinden gelen modern olanı tanımlama gayreti ve Art Deco'nun ortaya çıkardığı üretim yapma düşüncesinin değişim imi sayılacak, 1850'li yıllarda Michael Thonet tarafından yapılan Thonet No:14 tasarımın ve kullanılan modern tekniğin aslında zamanın çok ötesinde olduğunu bir kez daha göstermişlerdir.

BÖLÜM 4: ENDÜSTRİYEL MOBİLYA ALANINDA YAŞANAN GELİŞMELER ve THONET NO:14

4.1 Bükme Mobilya Tarihi

Hayatımızın her bölümünde özel bir yere sahip olan ahşabın, insanlık tarihinin her aşamasında farklı ihtiyaçlar için kullanıldığı görülmüştür. En başlarda avcılık ve silah, tarım toplumunda toprağı işlemek için gereç, bir dönem ülkelerin savaş araçları üretmek için hammadde olarak değerlendirilmiştir. Ahşabın insan hayatına yaptığı en önemli dokunuşun mobilya bağlamında yaptığını söyleyebiliriz.

İnsan hayatında oturma eyleminin her zaman ilk sırada olduğu görülürken, bu eylemin tarihinin insanlık tarihi ile başladığı söylenebilir. Neolitik dönemde karşımıza çıkan ve M.Ö. 3000 yıllara kadar uzanan Mısır dönemine ait oturma elemanlarının resim, heykel vb. belgelerine ulaşılmıştır. İlk taburenin kullanımı M.Ö. 2050 yılına kadar tarihlenebilirken, sandalyenin de M.Ö. 1600 yıllara kadar uzanan bir geçmişi olduğu görülmektedir (Curaoğlu, 2017, s.1165). Ahşabın her dönemde gözde bir malzeme olmasının yanında; nakliyesi, işlenmesi ve temin edilmesindeki zorluklardan dolayı, malzemeyi işlemek için çeşitli imalat teknikleri de geliştirilmiştir. Bu tekniklerden en eskisi, ahşap malzemenin bükülmesi yoluyla işlenmesi olmuştur.

Tarihsel olarak ahşap malzemenin bükülmesinin nedenleri arasında; insanların ihtiyacı olan eşya yapımı, gemi inşası, sıvı taşımak için örnek olarak Resim 24'te görülen fiçilerin imalatı, savaş araçları vb. kullanımlar bulunmaktadır. İlk ağaç bükme tekniğı, ahşap malzemenin doğrudan ateş ile muamele edilmesi şeklinde uygulanmıştır. Eğilme kabiliyeti ve plastikliğini arttırmak için yapılan diğer uygulamalar incelendiğinde, su buharı ile muamele etme, su içinde kaynatma, nemli sıcak kum içinde saklama gibi yöntemlerle ahşabın bükülebilme özelliğı arttırılmaya çalışılmıştır. Doğal halde bulunan ahşap ile ısı işlem görmüş ahşabın bükülebilirlik kabiliyetleri kıyaslandığında; ısı ile işlem gören ahşabın kalınlığının 60 katı bir yarıçapta bükülebildiğı görülmüştür. Ahşap malzemenin buhar ile işlem görmesinin ardından, kalınlığının 30 katı yarıçapta bükülebilmesine olanak sağlandığı tespit edilmiştir (Berkel, 1963, ss.27-30). Günümüzde güncel olarak kullanılan bağlantı detaylarının büyük çoğunluğu Mısır uygarlığına kadar uzanmaktadır. Mısır uygarlığı dönemine ait, buharla bükülen parçalardan üretilmiş mobilya öğelerine rastlanmıştır. XIX. yüzyılda gelişen teknoloji ve yeni ortaya çıkan icatların vermiş olduğu

yapabilirlik kapasitesi, farklı üretim sektörleri ve özellikle geleneksel mobilya imalatını da etkilemiştir. Dönemin önemli mobilya üreticilerinin zanaatkâr, gerekli araç ve teknikleri geliştiren birer mucit ve ürün tasarımı yapan özellikte insanlar olduğu da unutulmamalıdır (Özdemir, 2018, ss.12-13).



Resim 24. Yeniden canlandırılan Viking dönemi fıçı örneği. Introduction to Thermo-hydro-mechanical (THM) wood processing. s. 36

Ahşap malzemenin bükülebilmesi işlemi zahmetli ve pahalı bir uygulama olmasına karşın, kaynakları doğru değerlendirmek ve istenen farklı amorf formlara ulaşabilmek için tercih edilen bir yöntem olmuştur. Ahşabın bükülebilme tekniği; ahşap parçalarının doksan derece ile üst üste gelecek şekilde katmanlar halinde yapıştırılmasıdır. Bu sayede lamine edilmiş ahşap levhalar geliştirilmiştir. Avrupa’da seri üretim, mobilya imalatında lamine kaplama kontrplak kullanımı XIX. yüzyılın ilk yıllarında görülmeye başlanmıştır (Harrod, 2008, s.2). Belçikalı marangoz Jean-Joseph Chapuis, 1805 yılına kadar lamine ahşap kaplamalar kullanarak Resim 25’te görülen bükülmüş ahşap sandalyeler üretmiştir. Lamine ahşap kullanılarak oluşturduğu ayak ve kayıtlar için, her biri yaklaşık 6 mm olan dört kat ahşap şerit yapıştırılmış, devamında kalıplanarak istenen formda kalması sağlanmıştır. Yapılan bu işlem sırasında ahşabın bükülebilmesi için ayrıca buhar ile muamele ettiğine dair

ise bir bilgi bulunmamaktadır (Sandberg & Navi, 2007, s.53). Geliştirilen lamine ahşap tekniği sadece mobilya üreten tasarımcıların dikkati çekmekle kalmamış, çok farklı sektörlerde alternatif olarak değerlendirilmiştir. Örneğin Birinci Dünya Savaşı'na giden süreçte Alman havacılık mühendisleri, uçak iskelet tasarımı için lamine levhaların kullanılmasını bir alternatif olarak görmüş ve istenen üç boyutlu formlar için ideal malzeme olarak kullanmışlardır. Ahşabı lamine yapıştırma tekniği ile bükme Avrupa'da uzun bir geçmişi olan ve en iyi telli müzikal aletlerin formlarının üretiminde temsil edilmiştir. Lamine kaplamaların küçük ve esnek ahşap elemanları bükmek, daha sonra bunları düzenli kullanımın streslerini destekleyecek kadar büyük elemanlar oluşturmak için birbirine yapıştırmak, mobilya tasarımında da kullanılabilmesi durumu; 1836-1842 yılları arasında lamine kaplama mobilyaların endüstriyel üretimini mükemmelleştiren Avusturyalı Michael Thonet'e ilham vermiştir (Harrod, 2008, ss.3-4).

Michael Thonet'in lamine ahşap malzemeden ilham aldığı ve geliştirdiği tekniğin, etkilediği toplumların ve kültürlerin boyutu düşünüldüğünde eşsiz bir başarı olduğu daha net anlaşılacaktır.



Resim 25. Jean-Joseph Chapuis tasarımı sandalye. (URL 10)

4.2 Michael Thonet'in Hayatı

Mobilya üreticisi, mucit, tasarımcı ve mühendis olan Michael Thonet, endüstriyel bükme mobilya üretiminin kurucusu olarak anılmaktadır (Hoffmannova, 1989, s.137). 1796 yılında Almanya'nın Ren sınırları içinde kalan Boppard şehrinde doğan Michael Thonet; 1871'de Viyana'da hayatını kaybetmiştir. Gençlik dönemlerinde marangoz atölyesinde çıraklık yaptıktan sonra 1819 yılında yaşamış olduğu kasabada dolap işi yapacağı bir atölye kurmuştur. Başlangıçta Biedermeier tarzı sandalye üretimiyle ilgilenmiş olsa da, daha sonra oymadan kıvrımlı hat oluşturabilmenin yöntemlerini araştırmıştır (Marlett, 2016, s.204). İlk sandalye üretiminde kullanmış olduğu yapıştırma işlemi, sonrasında derzlerin ve tutkalın nemli koşullarda mukavemetini kaybetmesi ile sonuçlanmıştır. Thonet bu nedenle tekniği geliştirmeye odaklanmıştır (Kertemelidou, 2018, s.141).



Resim 26.Liechtenstein Sarayı zeminleri 1843.Thonet and England. s.27

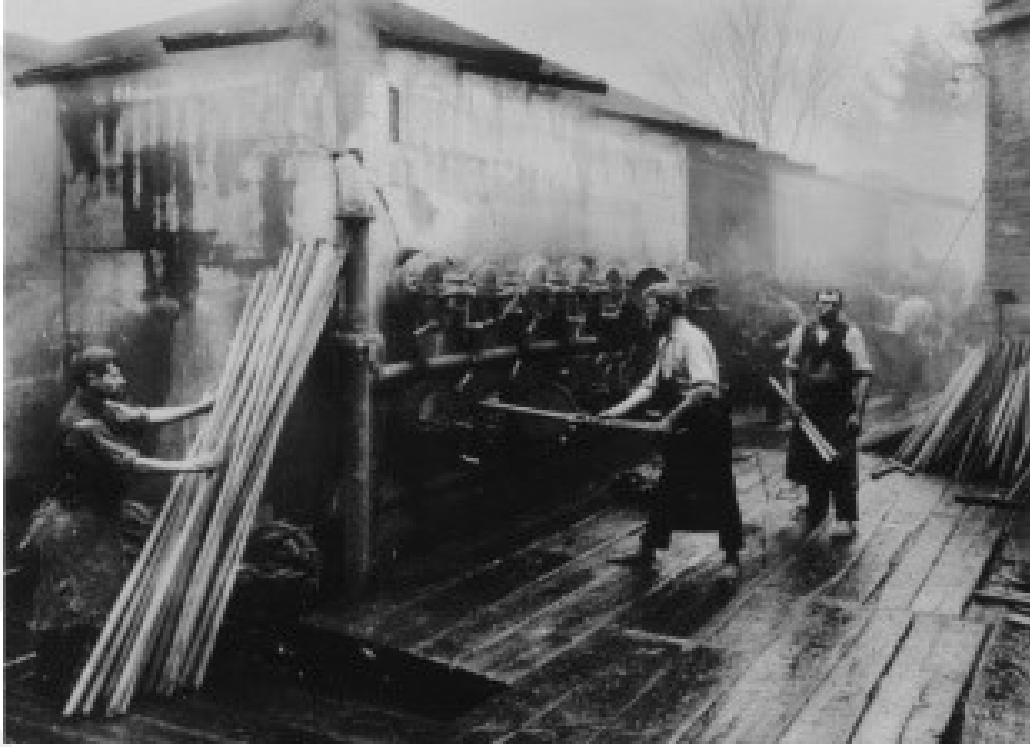
Michael Thonet, ürettiği sandalye ile sergilediği diğer ürünlerde kaliteli işçiliği ile dikkat çekmeyi başarmıştır. Dönemin Avusturya Eyalet Şansölyesi Prens Metternich tarafından teşvik edilen Michael Thonet, ailesiyle birlikte Rheinland'dan ayrılarak Viyana'ya yerleşmiştir. Burada kavisli formlara sahip geleneksel dolap

yapımı mobilya ile lamine bükülmüş ahşap mobilyalarını piyasaya sürmeyi planlamıştır. Yeterli sermayesi olmayan Thonet, tesadüfen İngiliz mimar olan Peter Hubert Desvignes (1804-87) ile tanışmıştır. 1842-46 yılları arasında Prens Alois von Liechtenstein'a ait Viyana sarayının iç mekân tasarımından sorumlu olarak görevlendirilen Desvignes, bükülmüş ağaç işlerinden bazı parçaları sergilemesi sonucunda Thonet'e, sarayın balo salonunu çeşitli eğimli figürlerden oluşan parke döşemesi teklifini getirmiştir. Resim 26'da görülen zengin motifli zemin kaplama işçiliği ve Resim 27'de görülen duvar oyma kaplama projesi, Thonet'in oğullarıyla beraber yaptığı ve mükemmel detayları, kaliteli işçiliği nedeniyle takdir edilen bir çalışmadır. Bu başarı, Thonet'in saray inşasında daha fazla iş yapmasını sağlamıştır. Çeşitli ticari güçlüklerle rağmen Thonet ve iki oğlu, sabit bir fiyata özel ahşap işleri yapmayı kabul eden bir anlaşma yapmıştır. Saray inşasındaki imalatların tamamlanmasından sonra M. Thonet, o dönem Viyana'nın eteklerinde kendi atölyesini kurarak, lamine bükülmüş ahşap mobilya imalatı yapmaya başlamıştır (Bang, 1987, ss.27-28).



Resim 27.Liechtenstein Sarayı duvar ve tavanlar 1843.Thonet and England. s.27

Michael Thonet kurmuş olduğu bükme mobilya şirketi, daha sonra büyük bir sıçrama yaparak 1913 yılına gelindiğinde, yıllık üretim kapasitesi 1 milyon 900 bin adete, işçi sayısı 7 bine ve 10 milyon kron değerinde üretim yapabilen bir büyüklüğe erişmiştir. Bu büyük talebin karşısında üretim kapasitesini arttıran Thonet şirketinin en büyük ticari rakibi Josef Kohn haricinde, Avusturya-Macaristan sınırları içinde ve dışında kurulmuş özellikle Almanya'da bir dizi küçük bükme ahşap şirketinin ortaya çıktığı görülmüştür. Wilhelm Exner ve Georg Lauboeck (1893); 26'sının Habsburg İmparatorluğu'nda, dokuzu Rusya'da, yedisi Almanya'da, dördü Fransa'da, üçü İtalya'da, ikisi Belçika ve Romanya da olmak üzere 52 bükülmüş ahşap mobilya üreticisi olduğunu aktarmıştır (Kyriazidou & Pesendorfer, 1999, ss.145-146).



Resim 28. Thonet Briztc fabrikası. 1920. Beech eating machine: A new Materialist critique of the Thonet No. 14 chair. s.335

Resim 28'de görülen üretim bölümünde, buhar kazanı ve çalışan personel görülmektedir. Michael Thonet'in keşfettiği özgün bükme mobilya tekniği ile üretimini arttıran şirket, Avrupa'nın ve dünyanın en önemli üreticisi konumuna erişmiştir. Endüstri Devrimi ile ortaya çıkan yeni üretim teknikleri, ticaret olanakları, iletişimin hızlanması, makinalar sayesinde hızlı üretim ve artan talep şartlarının birleştiği bir dönemde gerçekleştirilen bu girişim ile mobilya tarihinin akışı başarı ile değişmiştir. Şirketin ürettiği Thonet No:14, endüstriyel mobilya tarihinin öncüsü olmuştur.

4.3 Thonet Mobilyanın Ortaya Çıkışı ve Sunduğu Yenilikler

Michael Thonet'in, Liechtenstein Sarayı için sandalye ve yüksek kaliteli zemin parke imalatı, zamanın ünlü süsleme tarzı, rokoko tarzına bir karşı duruş sergilemiştir. İlerleyen zaman içinde Kont Schwarzenberg Sarayı için lamine sandalyeler üretmiş, diğer taraftan seri üretime ve pazarlamaya uygun sandalyeler tasarlamaya ve üretmeye başlamıştır. Resim 29'da görülen Liechtenstein Sarayı için özel olarak üretilen sandalye modeli ile Avusturya Prensinin dikkatini çekmiş ve diğer sarayları için siparişler vererek, Michael Thonet'e destek olmuştur (Bang, 1987, s.28).



*Resim 29. Liechtenstein Sarayı için yapılan sandalye.
Thonet and England. s.28*

Thonet ve oğulları, 1851'de Londra'da düzenlenen ilk Dünya sergisi için mobilya parçaları üzerinde çalışmaya başlamış ve Kristal Sarayın mobilya bölümünde "lüks mobilyalarını" sergileme fırsatını bulmuştur. Resim 30'da görülen iki koltuk ve bir divan, bir adet dikdörtgen ve iki adet üstleri kaplumbağa kabuğu, pirinç ve sedef kakma işlemeli masayı sergileyerek büyük dikkat çekmiştir. Thonet, yaratıcı eğriler

ile lamine eğimli ağacın olanaklarını gösterme fırsatı bulmuş, zarif parçaların özgünlüğü ve tasarımındaki zarafeti büyük ilgi çekmiştir. Michael Thonet, işlemeli ve gotik tarzı mobilyaların yoğun olarak bulunduğu fuarda, karşıt bir girişimde bulunmuş ve gösterdiği cesaret fuar sonunda bronz madalya ile ödüllendirilmiştir. Thonet'in burjuvazinin saray ve salonları, dük ve prens konutları için çalışmak yerine basit mobilyalar yaparak daha büyük bir pazara geçiş yapma isteği, bu çıkışı temelinde yatan asıl amacı olmuştur. Basit lamine sandalye tasarımlarını önce 1854 Münih fuarında, sonrasında 1855 Paris'te sergileyerek ödüller kazanmıştır. Sergilediği ürünler dikkatlerden kaçmamış ve yakaladığı bu popülerliği Avrupa kıtası dışına da taşımıştır. Böylece ilk kıta dışı siparişini Güney Amerika'dan almıştır (Bang, 1987, s.30).



Resim 30. Thonet sandalye ve mobilyaları. Londra Fuarı 1851. Thonet and England. s.29

Avrupa kıtası içinde de ünlene Thonet sandalyeleri; kamusal alanda ilk mekân ve büyük siparişini Viyana'da bulunan "Daum Cafe" sahibi Madam Daum'dan almıştır. Cafe Daum, Resim 31'de görülen Thonet No:4 bükme sandalyeler ile tefriş edilmiş ilk halka açık mekân olma ayrıcalığına sahip olmuştur (Thonet, 1953, s.5). Michael Thonet'in geliştirdiği eşsiz yöntem sayesinde, bükme ahşaptan imal edilen düşük fiyatlı bükülmüş ahşap sandalyeler, seri üretiminin temelini oluşturmuştur. Thonet, 1858'de yoğun ormanlık coğrafyaya sahip Moravia'da kurduğu fabrikada seri üretime geçmiş, fabrikada tamamen yeni üretim araçları ve çevredeki kırsal bölgelerden çıkartılmış, topraksız çiftçilerden oluşan yeni bir iş gücü kaynağı kullanmıştır. Bir yıl sonra piyasaya sürülen Thonet No: 14 sandalye, Thonet firmasının

ve mobilya üretim endüstrisinin en başarılı örneği olmuş ve milyonlarca kişi tarafından kullanılmıştır (Bang, 1987, s.30).



Resim 31. Thonet No:4 Thonet and England s.28

1869 yılından sonra, bükülmüş ağaç mobilya üretimi yapan şirket istikrarlı bir şekilde büyümüş ve Teschen (Silesia), Krakow (Polonya), Varşova ve Gross-Poremba (Galiçya)'da fabrikalar kurmuştur. Firma 1876'da toplam altı fabrikada yılda yaklaşık 500 bin parça mobilya üreten ve 3 bin ile 4 bin arası işçi çalıştırır duruma gelmiştir. Daha sonra inşa edilen fabrikalar Nowo-Radomsk ve Hallenkau ile 1904'te toplam çalışan sayısı 6 bin 300'e ve günlük üretim 5 bin 500 parçaya yükselmiştir (Kyriazidou & Pesendorfer, 1999, ss.145-146). Thonet, 1873 yılında Avrupa bölgesinde üretilen toplam 530 bin adet üretimin 450 bin adetlik kısmını tek başına karşılayan üretim hacmi ile pazarın hâkimi konumuna erişmiştir. Tüm bu gelişmelerle birlikte 1880-1890 yıllarında özellikle Avrupa'da bükme mobilya pazarında ezeli bir rekabet yaşanmıştır. Rekabet ile birlikte ortaya taklit ürünler çıkmış, özellikle Amerika pazarında çeşitli firmaların belirli sayıda Thonet tasarımı sandalyeleri taklit ederek üretim yaptıkları görülmüştür (Harwood, 1994, ss.92-93).

Thonet firmasının yapmış olduğu bükme ahşap mobilya tasarımlardan fazlasıyla etkilenen tasarımcı Marcel Breuner olmuştur. Breuner, XX. yüzyılın başında, bükülmüş çelik boru mobilyanın mucidi olarak başarılı tasarımlar yapmıştır. Tasarladığı bu ürünlerin, kültürel bir arabulucu olduğu da kabul edilmektedir. İlk bükme çelik boru mobilya tasarımını 1925 yılında gerçekleştiren Breuner, tasarlamış olduğu ürünlere Thonet esintisi sayılabilecek “B” ile başlayan kod isimler vermiş ve 1927 yılında “Standart Möbel” isimli bir işletme kurmuştur. Ancak gelişen ekonomik koşullar nedeniyle yeterli kârlılığa ulaşamayan şirket, 1928 yılında Thonet bünyesine geçmiştir. Breuner; Resim 32’de görülen tasarımları ile 1928’den itibaren Thonet adına tasarımlar yapmıştır. Thonet firması ahşabın yanı sıra metal boru bükme mobilyaları da bünyesinde toplayarak, mevcut mobilya pazarında önemli bir pozisyona ulaşmıştır (Sebestyén, 2018, ss.91-96).

Thonet şirketinin tarihsel başarısı ile kurumsal anlamda farklı aşamalar yaşadığı aktarılmaktadır. Şirketin farklı ülkelerde üretim yapması, yapısını derinden etkilemiştir. 1. Dünya Savaşı’nda ağır bir ekonomik sıkıntı içine giren şirket, 1924 yılında Kohn- Mundus anonim şirketi ile birleşerek adını THONET-MUNDUS olarak değiştirmiştir. Bu yeni şirket 1940'a kadar faaliyet gösterirken, Çek Sanayi Bakanlığı'nın 7 Mart 1946 tarihli bir kararnamesi ile, THONET ulusal bir işletmeye



Resim 32. B 35 modeli, Thonet Çelik Boru Mobilya 1938. Thonet Kataloğu. s.9

dönüştürülmüş ve adı 1953'te TON (Továrna Ohýbaného Nábytku) “*bükülmüş mobilya fabrikası*” olmuştur. 1989 yılında, Çek Cumhuriyeti'nde yaşanan siyasi çalkantılar nedeniyle organizasyon yapısı değiştirilmiş ve bir devlet teşebbüsüne dönüştürülmüştür. 1994 yılından beri TON bir anonim şirket olarak hizmet vermektedir (T. Thonet, 2021). Viyana merkezli Gebrüder Thonet şirketinin ismi ise; 1976 yılında ismini “Gebrüder Thonet Viyana” olmuştur (G. Thonet, 2016).

Thonet firmasının kurucusu Michael Thonet'in geliştirmiş olduğu yenilikçi yöntemle, ahşap bükme mobilya imalatı gerçek bir devrim yaşamıştır. Firmanın üretmiş olduğu tüm ürünlerin içinde en önemli konumda bulunan ürün ise Thonet No: 14'tür. Ürünün Viyana kafe kültürü ile kopmaz bağı, yakalamış olduğu satış başarısı, yüzyıllar boyu hiç değişmeyen üretim tekniği, ölçü ve formunun kültürel etkisi göz kamaştırıcı olmuştur.

4.4 Endüstriyel Mobilyanın Doğuşu: Thonet No:14

Michael Thonet'in kurmuş olduğu şirketin endüstriyel mobilya tarihine geçen ve bu tarihin başlangıcı olarak kabul edilen ürünü Thonet No: 14'tür. Geliştirilen Thonet No:14 sandalyenin tasarımı, üretim yöntemi, getirdiği yenilikler, ürünün tam anlamıyla tüketici koltuğu olarak tanınmasına neden olmuştur. Thonet No:14 sandalye, gösterişli mobilyaların hâkim olduğu bir dönemde; o zamana kadar görülmemiş şekilde minimalist olması, çarpıcı bir yenilik sunması halk tarafından yoğun ilgi görmesini sağlamıştır. Tasarımındaki zarif sırt desteği, kavisli ön ayakları ve dairesel oturma alanı, dönemi için oldukça sıra dışı bir tasarım olduğunu kanıtlamıştır. Thonet, sandalyenin bileşenlerini altı ahşap parçaya, iki somun ve civata, 10 vidaya ve yapıştırıcıya indirgemıştır. 1867 Paris Dünya Fuarı'nda altın madalya ile ödüllendirilen Resim 33'de görülebilen Thonet No:14 sandalye; kısa süre sonra XIX. yüzyılın sonlarında firmanın en popüler ürünü olmuş ve dünya çapında kafelerde kullanılmıştır (Marllett, 2016). XIX. yüzyılın sonlarında tasarlanan ve en başarılı tüketici ürünü olan “*Thonet No:14*” Thonet firmasını, endüstriyel olarak üretilen ilk bükme ahşap sandalye üretimi ile dünya çapında bir şöhrete kavuşturmuştur. Sandalyenin kolay nakliyesi ve montajı için düşünülen parça üretim mantığı ile altı parça ve montajı için on adet vida ile birleştirilebilmektedir. Sandalye “düz paketlenmiş” olarak satılan ilk mobilya olarak tarihteki yerini almıştır (Keulemans, 2016, s.354). Sandalyenin nasıl ortaya çıktığı ile ilgili araştırmalarda;

Thonet No:14 sandalyesinin, Hannover Kraliyet evi için tasarlandığı, daha sonra hizmetliler için alınıp uzun bir süre kullanıldığı, 160 yıl gibi bir zaman sonra eve ait bir açık artırmada fark edilmiştir (Renzi, 2020).

İlk ortaya çıkış tarihi olarak 1859 yılı işaret edilen Resim 33'te görülebilen Thonet No:14 sandalye ile endüstriyel üretimin güvenilirliğini ve ahşap malzemenin duygusal sıcaklığını harmanlanması amaçlanmıştır. Ayrıca sandalyenin kullanışlı ve dayanıklı olması üretim detaylarında net bir şekilde görülmektedir (Rawsthorn, 2012). Thonet No:14 sandalye, 1860 yılından 1930'a kadar 50 milyon adet satılan ve diğer üreticiler tarafından en fazla kopyası yapılan ürün olmayı başarmıştır. En önemli özelliklerinin arasında uygun fiyatlı, hafif, zarif tasarımı, kolay taşıma ve montaj imkânı sunması ile tüm zamanların en başarılı mobilya objesi olması bulunmaktadır. Üretilen Thonet No:14 sandalyesinin benzersiz özellikleri, fonksiyonel esnekliği ve ergonomik bir şekilde kullanıcıların çeşitli duruş ve oturma konumlarına izin vermesi, sandalyenin popülerliğini arttırmıştır. Viyana kahvehane sandalyesi olarak çok iyi bilinmesine karşın, çok çeşitli kamusal alanlarda, işyeri ve konutlarda hatta mutfak veya yemek masası etrafında kullanıldığı görülmüştür (Kertemelidou, 2018, ss.140-142).



Resim 33.Thonet No:14, 2021.(URL 11)

Thonet firması üretmiş olduğu No:14 modelinin bu kadar fazla taklit edilerek rağbet görmesi nedeni olarak, 1869 yılında Thonet firmasının son kullanma tarihinden önce patent haklarını serberst bırakma kararı alması gösterilmektedir. Bu kararın ardından sadece Avusturya – Macaristan imparatorluğunda 50’den fazla şirket, 60 dan fazla fabrika Thonet ürünlerini taklit ederek, hareket etmeye başlamıştır. Resim 34’de görülebileceği üzere ürün portföyüne benzemekle kalmayan firmalar, taklit ettikleri ürünleri için de aynı isimleri vermiş, hatta aynı fiyat ile pazara sunarak, bu büyük pazardan pay alma çabasına girişmişlerdir. Thonet’in 1904 yılında yayınlanan kataloğu, rakipleri tarafından satılan modeller de dahil olmak üzere satılan 45 milyon sandalyenin özdeş olduğu bilgisini aktarmaktadır. Bu dönemde dünyada yaşanan değişimler ve ekonomik gelişmelerin yaşandığı bir süreçte, Thonet No: 14 sandalyenin İtalya’da fiyatının 9.5 lire olduğu aktarılmaktadır. Bu fiyatın; 36 adet yumurtaya veya 1 litre mütavazi sayılacak kalitede bir şarap fiyatına eşdeğer olduğu belirtilmektedir. 1900 yılında bir işçinin günlük ücretinin 4 lire olduğu ve İtalya’da açıklanan bu 9.5 lire fiyatın içinde, 2 lire civarında vergi olduğu da görülmektedir (Borgia, 2017).

Tüm bu nitelikleri ile birlikte sandalyenin özgün tasarımı, yenilikçi üretim yöntemi ve endüstriyel olarak ilk üretilen mobilya olmasının yanında, Viyana kafe kültürünün oluşmasına, kültürün sürdürülmesinde, kolektif kimlik ve eşsal davranışların gelişmesi ve oluşturulmasında önemli bir noktayı işaret etmektedir. Üretimin, tüketimden geleneksel olarak ayrılması, tüketicinin değer yaratma sürecinde aktif bir katılımcı değil, pasif bir alıcı şeklinde olduğu aktarılırken, bu görüş farklı düşünce akımları tarafından sorgulanmıştır. Günümüz tüketici araştırmaları incelendiğinde; tüketicilerin, doğrudan veya dolaylı olarak, şirketlerin pazarda sunduğu her şey için piyasa değerini artıran çeşitli eylemler gerçekleştirdikleri ve tüketim nesnelere hem kültürel hem de fiziksel inşasına katıldığı aktarılmaktadır.

Bu üretime katılan tüketim davranışı da tüketim deneyiminin tesis edilmesi şeklinde ortaya çıkmaktadır. Ayrıca tüketiciler, iletişim ve teknolojik kaynakların benzeri görülmemiş sınırsız imkânları sayesinde, öncü olarak başlayan çalışmayı, yeninin geliştirilmesi yoluyla sürdürülebilir, başka bir çalışmayla bağlantılanabilir veya diğer bir nesne ile karşılaştırılabilir yapabilmıştır (Biraghi vd., 2018, s.393). Viyana kültürü ile olan ilişkisi Thonet No:14 sandalyesi, artık bir meta gösterge halini alarak bu kültüre inkâr edilemez katkılar sunmuştur. Yalnızca sandalye nesnesi olarak

incelenen Thonet No:14, farklı perspektiflerden aktarılan özellikleri bağlamında, onu bir meta olarak var eden etkenlerin incelenmesini gerekli kılmıştır.

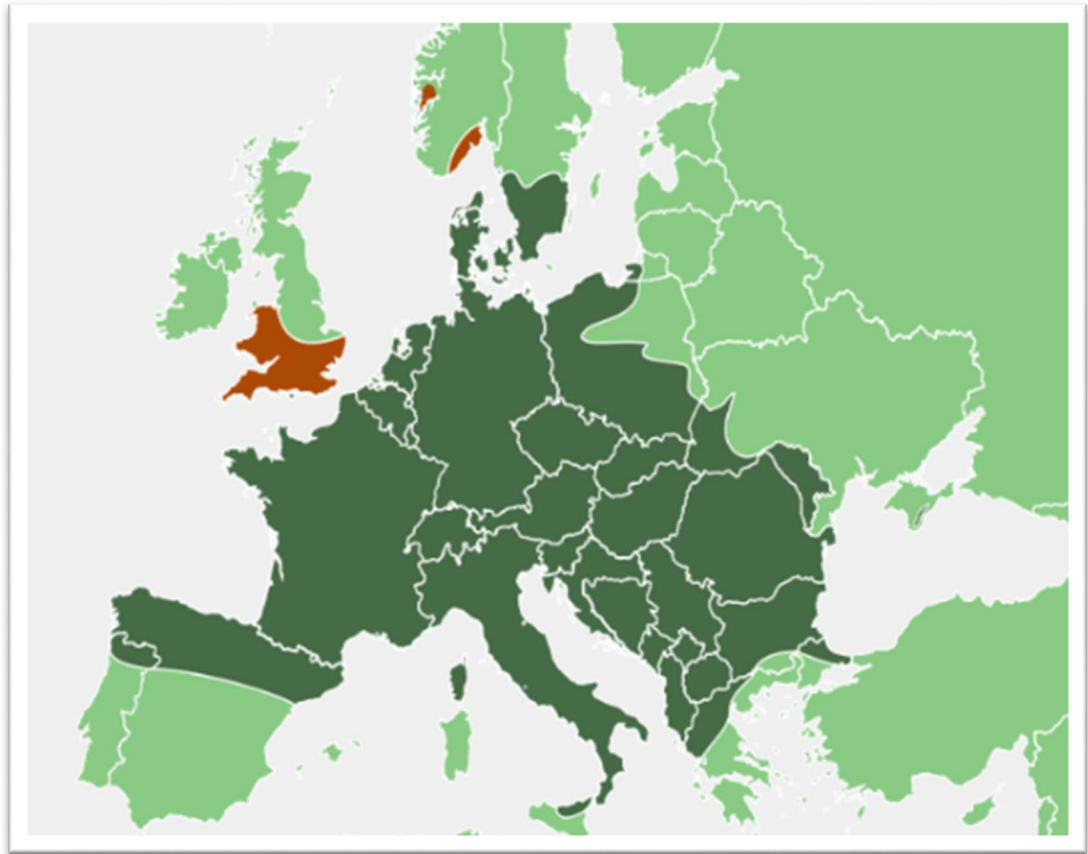
4.4.1 Thonet no:14 kullanılan malzeme

Ahşabın insanların temel ihtiyaçlarını gidermesinin yanı sıra çok farklı alanda kullanılabilmesi ve belli gereksinimleri karşılaması, insanlık tarihi boyunca ahşaba kritik görevler yüklemiştir. Geçmişte ve günümüz dünyasında yer alan farklı kültürlerde, doğal ve organik bir yapıya sahip olan ağaç malzemenin en önemli ürünü ahşap malzeme olmuştur. Ahşabın önemli ve değerli malzeme sınıfında değerlendirilmesindeki ana neden insan sağlığına olan yararadır. Tarih boyunca ahşap malzemeler farklı veya benzer kültürlerin birbirileri ile olan etkileşimlerinde, kültürel aktarım aracı olarak kullanılmıştır ve insanlığa yapmış olduğu sayısız fayda onu vazgeçilemeyen bir materyal haline getirmiştir (Usta, 2019, s.51). Thonet sandalye üretim sürecinin en önemli hammadde kaynağı doğal olarak ahşap malzemedir. Genel kurallara göre; bükme mobilya imalatında kullanılacak ağaç malzemenin çürüksüz, çatlaksız, çeşitli böcek zararları içermeyen, olabildiği kadar uzun life sahip olması önemlidir (Berkel, 1963, s.30).



Resim 34. Thonet'i taklit eden firmalar ve ürünleri. (URL 12)

Thonet No:14 sandalyesinin imalatında kullanılan ahşap malzeme incelendiğinde “*Fagus Sylvatica*” Latince ismiyle anılan Avrupa kayınının tercih edildiği görülmüştür. Resim 35’te görüldüğü gibi Avrupa kayını; Orta, Güney ve Batı Avrupa’da bazen katışıksız, bazı bölgelerde ladin ve sarıçam ağaçları içinde karışık dağılımlar göstermiştir. Çok miktarda yaz yağışı alan bölgelerde yayılım gösterirken, minerali bol kalker yapısı zengin toprak yapısında büyümeye de elverişlidir. Bu ağacın kuraklıktan ve durgun su birikintisinden zarar gördüğü tespit edilmiştir. Boyu 30 metreye kadar uzayan, dolgun ve düz gövdeli bir ağaç olarak kabuk rengi gri, parlak ve pürüzsüzdür. Kerestesi Avrupa’nın en önemli ürünü olup, çeşitli sektörlerde kullanılırken, yağlı tohumları da farklı alanlarda değerlendirilmektedir (Yaltırık & Efe, 2000, s.200). Ağaç malzemenin bükülebilmesi çok sayıda faktöre bağlı olmakla beraber, her türün bükülebilme kapasitesi birbirinden farklıklar göstermektedir. “*Fagus Sylvatica*” bükülebilme kabiliyeti oldukça iyi olmasıyla tanınırken, çelik şeritle desteklenmiş şekilde bükme işlemi uygulandığında, minimum bükme işlemi 38-41 mm yarıçap aralığına kadar yapılabilmektedir. Mobilya imalatında bu değerlere yakın çok az sayıda ağacın olması, Avrupa kayınını ön plana çıkarmıştır (As & Büyüksarı, 2010, ss.31-32).



Resim 35.Avrupa Kayını yayılış bölgeleri. (URL 13)

Michael Thonet'in, mobilya imalatı için tercih ettiği Avrupa kayını özellikle Avusturya sınırları çevresinde yoğun olarak görülmektedir. Thonet, ahşap malzemenin temini konusunda stratejik bir yol izlemiştir. Fabrikaları, ağaç malzeme temini uygun konumları seçerek kurmuş olması, üretim için önemli bir avantaj sağlamıştır. Üretilen sandalye için kullanılan malzemenin özellikleri bu denli önem arz ederken, firmanın getirdiği en önemli şey olan yeni üretim yöntemi de en az ahşap malzeme kadar önemli olduğu kesindir.

4.4.2 Thonet no:14 üretim yöntemi

Ahşap malzemenin popüler ve çok yönlü malzeme olmasının nedeni; şekillendirilerek çeşitli formlara sokulabilir ve farklı tonlarda yüzey ve dokular oluşturulabilmesinden kaynaklanmaktadır. İnsanların ahşap mobilyayı tercih etmesindeki ana etkenlerden başında, ahşabın diğer malzemelere göre kullanıcıya daha sıcak bir his aktarmasıdır. Ahşap, doğal içeriğinde bulunan gözenekli yapısı ve hücreli strüktürü sayesinde, düşük özgül ağırlıkta, güçlü ve sağlam tasarım detayı uygulamalarına olanak sağlamaktadır. İstenen formların üretilmesi için bükme ahşabın, buhar veya sıcak su ile yumuşatılması sonucunda elde edilen parçaların, kesilen veya törpülen bir diğer parçadan daha güçlü olduğu görülmüştür (Wagner & Kicklighter, 2006, ss.8-393). Thonet No:14 sandalyenin üretim tekniğinin son halini almasına kadar geçen zamanda, kayın ahşabın önce lamine yapıştırma tekniği ile üretildiği anlaşılmıştır. 1861 yılına kadar yapılan bu teknikle çizgili ahşap görünümü olan tüm sandalyeler lamine ahşapla yapılmamış, gül ağacı kaplaması ile kaplanarak basitçe boyanmışlardır (Borgia, 2018). 1840 yılından itibaren Michael Thonet, seri mobilya üretiminde devrim yaratan ahşap bükme buluşu sayesinde, bu tekniğin kullanıldığı yüzlerce farklı varyasyona sahip bükülmüş ağaç sandalye ve farklı mobilyalar üretmiştir. Bu tekniğe göre; ahşap malzeme belirli boyutlara getirildikten sonra, buharda pişirilmiş bir tahta parçasının bir tarafı boyunca ince ve esnek bir çelik şerit ile sıkıştırılmaktadır. Çelik şerit olmadan, iç kenarın sıkışması sağlanırken, kavisli ahşap üzerinde dış çatlakların oluştuğu gözlenmiştir. Patent ile korunan bu yeni süreçle birlikte, ahşabın işlem yapılmadan önce sahip olduğu mekanik özelliklerine ulaşılmıştır. Üretilen parçaların birbiri içine veya üzerine konumlandırılıp vidalar yardımıyla birleştirildiğinde, yapısal tüm karmaşa kendiliğinden ortadan kalkmıştır (Meadmore, 1997, s.14).

Michael Thonet'in geliştirdiği teknik detaylı şekilde incelendiğinde; belli bir uzunlukta ve dairesel forma getirilmiş olan ahşap malzeme, 104 °C sıcaklıkta ve 0,592 atm. Basınçlı bir buhar kazanında 1-3 saat arasında buharlama işlemine tabi tutulmaktadır. Bu işlem ardından ısı işlemi goren ahşap parçalar, şekil 36'da görülebileceği üzere; eş zamanlı bir şekilde ve benzer kabiliyete sahip olan ustalar tarafından demir kalıpta sabitlenerek sıkıştırılmaktadır. Ardından, kalıpta sabitlenmiş şekilde yaklaşık 12-36 saat arasında kurutma bölümlerinde kurutulması ile işlem son bulmaktadır (zdemir, 2018, s.19).



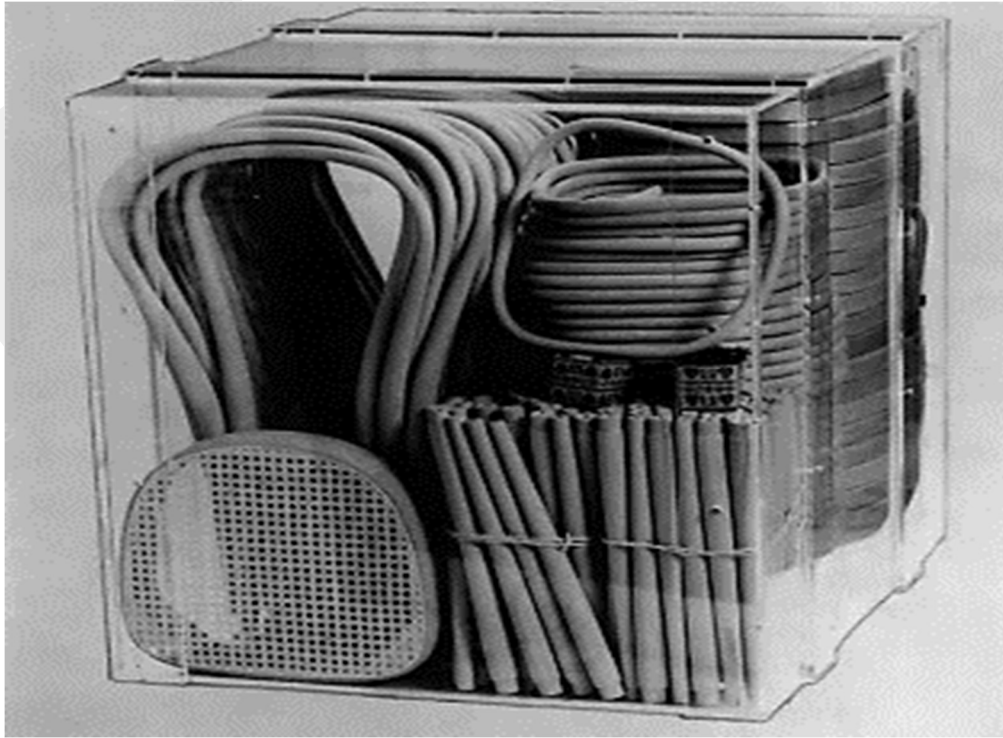
Resim 36. Thonet retim tekniği. Beech eating machine: A new materialist critique of the Thonet No. 14 chair. s.355

Ahşabın mobilya yapımında kullanılabilmesi için daha önce uygulanan farklı yöntemlere karşın, Resim 36'de görülebilen gerçek değişim, ahşap malzemenin buhar ile muamele edilip, metal kalıpta bükülmesi ile arzu edilen forma erişebilmiştir. 1859 yılında geliştirilen ilk Thonet No:14 modelinde;  parçalı lamel yuvasına sahip, bacaklar arasında halka olmayan ve arka ayakları dışarıdan içeriye doğru sabitlenmesi şeklindeki detay ile üretilmiştir. 1861 yılından sonra basitleştirilmeye devam edilen sandalye, tümü masif ahşaptan imal edilmiştir. Resim 37'de görülen detayda olduğu gibi, koltuğun bacakları arasına yüksek bir konuma yerleştirilen halka eklenmiş, sırt ile koltuk arkasının birleşimi yuvarlak başlı sabitleme vidası sayesinde, imalat en son mükemmel haline erişmiştir (Borgia, 2018a).

Geliştirilen bu yöntem ile Endüstri Devrimi'nin mottosuna uygun olarak Resim 38'de görülebileceği gibi, hızlı ve sürekli ilk düz paketlenen endüstriyel bükme mobilya ürünleri farklı coğrafyalara ulaştırılmıştır. Bir metreküp hacim içinde 32 adet sandalye paketlenmesi, endüstriyel mobilya tarihinin miladı olmuştur. (Keulemans, 2016, s. 354). Farklı coğrafyalara uygun antropometrik bir ürün geliştirilmesi, Thonet No:14'ün ayrı bir başarısı olarak değerlendirilebilir.

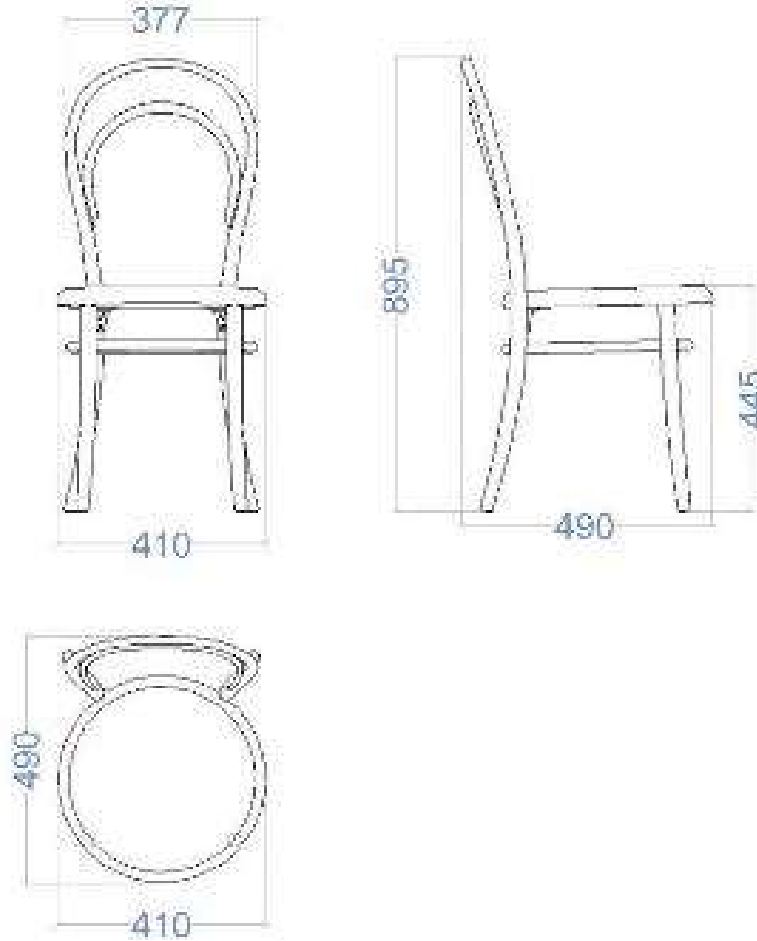


Resim 37.Thonet 1859 üretim detayı. (URL 14)



Resim 38.Paketlenmiş Thonet No:14 gösterimi. Beech eating machine: A new materialist critique of the Thonet No. 14 chair, s.355

Odak konusu olan insanın farklı coğrafya ve fizyolojik yapıya sahip olması, tasarımda üzerinde dikkatle durulması gereken önemli bir husustur. İnsanların vücut ölçülerinin farklı boyutu ve sonsuz şekilleri nedeniyle değişkenleri sınıflandırmak, sınırlandırmak için değişkenlerin antropometrik ölçek içinde anlamlandırılması ve yönetilmesi gerekmektedir (R. Marshall & Summerskill, 2019, s.333). Resim 40'ta görülen ve çalışmanın odağında yer alan Thonet No:14 sandalyesi, Avrupa'da tasarlanmış, üretilmiş ve tüm dünyaya yayılmıştır. Avrupa'da kullanılan %5-%95 aralığındaki ergonomik teknik standartlar incelendiğinde; oturmuş kalça genişlik değerinin 440 mm olduğu, omuz genişliğinin (bikromiyal) 310-430 mm, otururken sırt yüksekliğinin 790- 1000 mm, diz altından oturum yüksekliğinin ise 340- 505 mm arasında olduğu görülmektedir (Colombini vd., 2002, ss.127-129).



Resim 40.Thonet No:14 ölçüleri, orijinal çalışma. Thonet firması web sayfası bilgileri ile Zafer İsmet Yüksel tarafından hazırlanmıştır.

Mükemmelleşen bu tasarımın bir defada ortaya çıktığını söylemek ütopik bir söylem olacaktır.1859-1930 yılları arasında Gebrüder Thonet tarafından üretilen Thonet No:14 modelinin oranlarının birkaç kez değiştirildiği anlaşılmıştır.

Bazı dönemlerde oturma yeri genişliği 41 cm olurken, bazı dönem aralıklarında 42,5 cm olduğu görülmektedir. 1880 yılında koltuk arkılığı yerden yüksekliği 88 cm olurken, bu ölçü 1904 yılında 90 cm bazı dönem aralığında 92 cm olmuştur. Resim 41’de görülen önemli parçalardan olan sandalyenin dört ayağını bir arada tutan çember ilk modellerde olmamasına karşın, 1861’den sonraki süreçte koltuğun dengesini arttırmak için eklenmiştir (Borgia, 2018b).

Avrupa nüfusu için yapılan antropometrik çalışmalara bakıldığında, Thonet No:14 ürünün, ortaya çıkan sonuçlarda oldukça ergonomik ve antropometrik mükemmelliğe yakın bir tasarıma sahip görülmüştür. Tüm dünyada bir tutkuya dönüşen, yaygın kullanılması ürünün genel insan vücut yapısına uygun şekilde üretildiği, temizliğinin kolay, uzun oturmaya izin veren sağlıklı ve dayanıklı yapısı, estetik tasarımı yanında uygun fiyatı ile, özellikle kafe alanlarında, daha sonra da tüm mekânlarda sevilerek kullanılmasını sağlamıştır.



Resim 41. Thonet No:14 ayak bağlantı detayı. (URL 15)

4.4.4 Thonet sandalyenin söylencesi

Michael Thonet tarafından tasarlanan ve üretilen Thonet No:14 sandalyesi, 1876'dan beri üretimi sürdürülen, neredeyse anonim bir tasarım olarak anılmaktadır. Uluslararası bir pazar ve büyüyen bir burjuva tüketim toplumu için ancak belirli bir konumu göz önünde bulundurulmadan yaratılmış; imalatında endüstriyel süreçlerin

bulunduğu, ucuz ve nakliyesi kolay bir ürün haline gelmiştir. Kafe sandalyesi olarak da bilinen yan sandalye, bohemliğin bir simgesi haline dönüşmüştür (Reed, 1999, s.2).

Thonet sandalyenin bohemliğin simgesi olmasının yanı sıra psikolojik olarak insanlarda bıraktığı farklı duyguları farklı şekillerde yansıttığı öne sürülmektedir. Psikolojik olarak yapılan değerlendirmeler sonucunda ilginç deneyimler aktarılmıştır. Sandalye ve koltukların yapısında, mezardan çıkarılan insan biçim imgeleri bulunmaktadır. Thonet sandalyelerin; kollar, bacaklar, sırt ve döşemelik deriden oluşan vücut parçaları şeklinde aktarılması, soyut fikrin somutlaşması, cansız nesnelerin neredeyse esrarengiz bir canlılığa izin veren bükme tekniği sonucunda bir vücut etkisini yansıttığı görülebilmektedir. Şekil 42’de, Thonet sandalyelerin bükülmüş eğrisel şekilleri, psikanaliz uzayının neredeyse mükemmel antropomorfik bir çıkarımıdır. Sandalyenin sistemi, tekniği, uygulaması canlı ve dinamik kuvvet bileşenlerinin üç boyutlu bir “fotokopisi” gibidir. Vücudun *eğretilmesi* fikri ile soyut bir fikrin somutlaştırılmasına, cansız nesnelerin neredeyse tekinsiz bir canlılığına izin veren bükme tekniği nedeniyle, özellikle keskin bir "vücut etkisi" verildiği Thonet ahşap mobilyalarında görülebilmektedir (Gafijczuk, 2009, s.470).



Resim 42. Thonet gösteri koltuğu. Bending Modernity: Chair, Psychoanalysis. s.456

Üretiminin başlamasının üzerinden uzun yıllar geçmesine karşın hâlâ tercihlerimiz arasında ilk sıralarda yer almayı başaran Thonet No:14; farklı toplumlar arasında ve özellikle Viyana kahvehane kültürü oluşumu üzerinde büyüleyici bir rol üstlenmiştir. 1930 yılına kadar yakalamış olduğu elli milyon kopya ürün satışı ile endüstriyel olarak üretilen ilk mobilya örneğinin ötesine geçmiştir. Günümüzde de bir kültürün ikon nesnesi konumuna erişmiştir. Thonet No:14 sandalyenin büyük başarısının ardında; onun kafe sandalyesi olarak işlevini mükemmel olarak yerine getirmesi, zarif ve güzel bir tasarıma sahip olması, döneminin ticari ve sanatsal alanda yaşanan tutumlarına karşı oldukça yenilikçi üretim tekniği, zamanının ötesine geçerek aynı zamanda geçmişin izlerine sadık kalınarak üretiminin günümüze kadar sürmesi, onu zamansız bir ürüne dönüştürmüştür. Geçmişte Viyana'nın en önemli kahvehanelerinde, farklı coğrafyada bulunan kafe tasarımlarında ve günümüzde güncel tasarım düşüncesi ile oluşturulan mekânlarda, hiç değişmeden ve aynı işlev ile kullanılıyor olması, onun zamansız bir ürün olduğunun eşsiz bir kanıtı olarak değerlendirmemizi sağlamaktadır.

BÖLÜM 5: VIYANA KAFE KÜLTÜRÜ OLUŞUMUNDA THONET NO: 14 ETKİSİ

5.1 1860-1930 Yılları Arasında Viyana Kafelerinde Thonet No:14 Etkisi

Thonet sandalyelerinin seri olarak üretilmeye başlamasının ardından ilk büyük siparişini aldığı Daum Cafe ile Viyana kahvehanelerinde inanılmaz bir dönüşüm başlamıştır. Thonet sandalyelerinin Viyana kahvehanelerinin bir parçası haline gelmesiyle tüm Viyana kahvehaneleri Thonet sandalye ve diğer ürünleri ile tefriş edilmeye başlamıştır (Desirée, 2012, s.66). Tasarımı ve ilk üretimine tarihsel olarak rastlantısal bir süreçle dahil olduğu sanayi ve üretim olanakları, ticaretin tüm dünyada zenginliğin kaynağı olarak görülmesiyle yoğun talep gösterilmesi, dünyanın küçük bir köy olarak algılandığı bir sürece geçilmiştir. Dünyada yaşanan bu yoğun değişim ve yenilik çabaları Viyana şehri üzerinde de kendisini hissettirmiş, şehrin yeniden inşası ile yeni toplumsal süreçlerin ortaya çıktığı bir sonuç doğurmuştur. Çalışma ve yaşam koşullarında ortaya çıkan bu süreç içinde Viyana şehrinde düzenlenen “Kültür ve Eğitim” temalı bir fuar ile şehrin kültür şehri olarak tanıtıldığı bir süreç yaşanmıştır. Viyana’yı bu dönemde ziyaret eden misafirlerin yeni şehir içinde tanıştıkları ve deneyimleme imkânı buldukları kahvehane mekânları içinde en dikkati çeken nesne bükme ahşap sandalyeler olduğu anlaşılmaktadır. İlerleyen süreçte, insanların yoğun talep gösterdiği bükme ahşap mobilya ürünlerinin üretiminde lider konumda olan Thonet firması sayesinde tüm dünyaya yayılmış ve Viyana mobilyası şeklinde anılması nedeniyle, Viyana ile özdeş bir konuma erişmiştir. Thonet firması, özellikle



Resim 43.1885-1900 yılları arası Thonet etiketi. (URL 16)

ürün etiketi üzerine Resim 43'te görüleceği üzere yazmış olduğu Viyana ismiyle, bu kültürün görüntüsel göstergesi konumuna erişmiştir. Thonet No: 14 sandalyenin, Viyana kafe kültürünün oluşumundaki rolü ve bu kültürün farklı coğrafyalara ulaştırılmasında bir araç olarak etkisinin incelenmesi amacıyla; 1860-1930 yılları arasında Viyana'da kurulan görsel dokümanlarına erişilebilen yaklaşık doksan adet kafe/ kahvehane bulunmuştur. Bu kahvehaneler arasından plan şemasına ulaşılabilen dokuz adet (*Cafe Central, Cafe Schwarzenberg, Cafe Romanesk, Cafe Griensteidl, Cafe Tirolerhof, Kleines Cafe, Cafe Museum, Cafe Diglas, Cafe Sperl*) kafe arasından Thonet No: 14 ile bağlantısı kanıtlanabilen altı kafe (*Cafe Griensteidl, Cafe Tirolerhof, Kleines Cafe, Cafe Museum, Cafe Diglas, Cafe Sperl*) incelenmiştir.

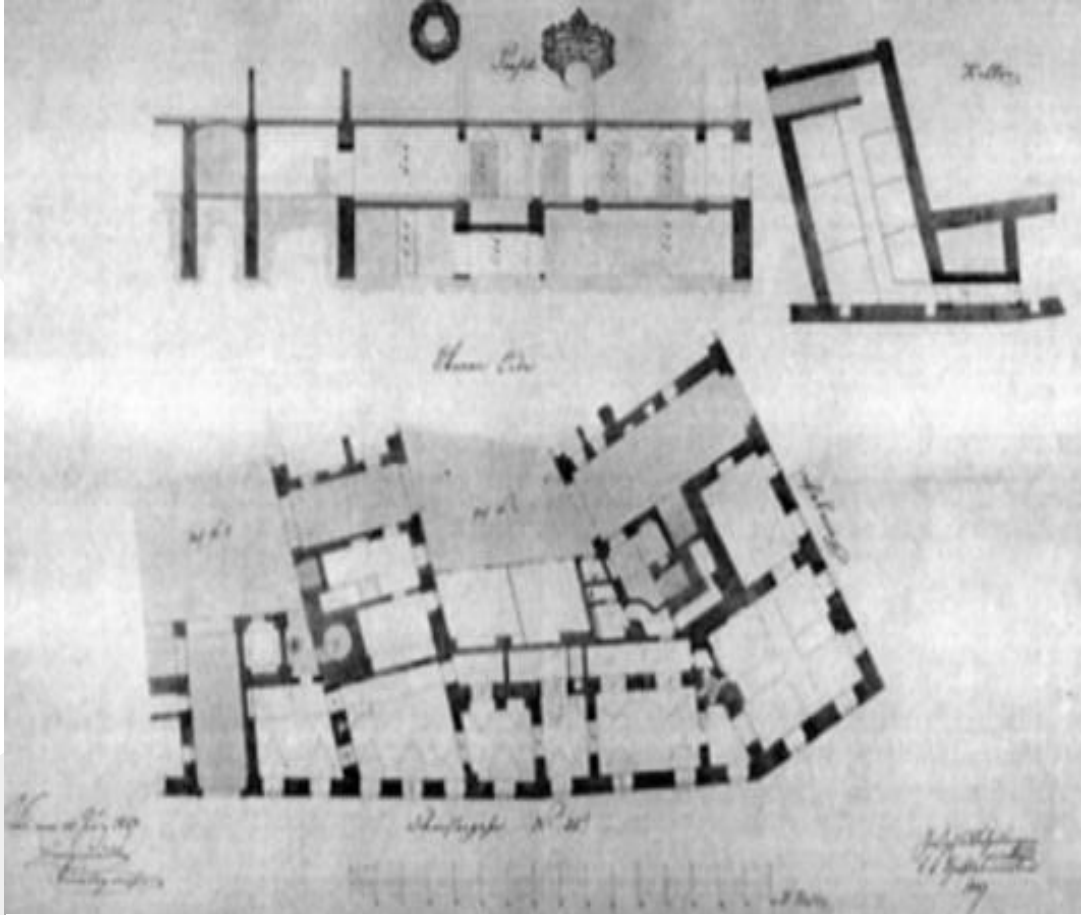
5.1.1 Café Griensteidl

Café Griensteidl 1847 yılında, eski bir eczacı Heinrich Griensteidl tarafından Palais Herberstein'de kurulmuştur. Kahvehane, politikacıların yanı sıra edebiyatçıları da kendisine çekmeyi başarmıştır. Bahr, Hugo von Hofmannsthal, Peter Altenberg, Arthur Schnitzler ve Felix Salten, mekânın ünlü edebiyatçı müşterileri arasındadır. Ocak 1897'de Michaelerplatz'ın yenilenmesi sırasında, Resim 44'de görülebilen mekânın bulunduğu orijinal bina yıkılmıştır (Schmid, 1993, s.116).



Resim 44. Cafe Griensteidl orijinal binanın görüntüsü, *Kaffehaus Album 1860-1930*, s.116

Orijinal binanın elde edilen planları incelendiğinde; dönemin klasik Viyana apartman dairelerini andıran odalara bölünmüş düzeni dikkat çekmektedir. Bina cephesi, klasik Roma villa mimarisini hatırlatan pencereleri ve üst alınlıkları ile dönemin klasik Viyana mimarisine uyumlu bir görüntü çizmektedir. Orijinal binaya ait yerleşim planı Şekil 1’de görülürken, iç mekân tasarımına ait izler, 1896 yılında çekilen bir fotoğraf ile teyit edilmiştir.



Şekil 1. Caf  Griensteidl 1847 yılı planları. *Time and Space in the Caf  Griensteidl and the Caf  Central.* s.34

Dönemin en önemli tasarım ögelerini görebildiğimiz Resim 45’te, mekân içinde duvarların sade görüntüsünün, hareketli duvar kâğıdı ile kaplandığı izlenmektedir. Tavanda sade bir tasarıma sahip fakat elektrik kullanılan aydınlatma elemanlarının olduğu ön plana çıkmaktadır. Tefriş için, Thonet No:4 modeli bükme ahşap sandalye ve mermer tablalı masaların kullanıldığı ile ilk göze çarpan unsurlar olarak öne çıkmaktadır. Mekânın köşeli formundan hareketle, duvar kenarında kullanılan masaların kare veya dikdörtgen formda olduğu, ortada bulunan masanın ise yuvarlak formda kullanılarak mekânın her köşesinden faydalanarak, daha fazla ziyaretçi kabul etmeye çalışıldığı anlaşılmaktadır.

Resim 46’da 1896 yılında başka bir mekânda yapılan çekimde duvarlardaki değişim görölmektedir. Diğer mekân içinde hareketli duvar kâğıdı ile bir iç mekân tasarımı yapılırken, yenilenen mekânda bu uygulamanın yapılmadığı onun yerine büyük ve kenarları oval aynalar ile mekânın tasarlandığı görölmüştür.



Resim 45.Cafe Griensteidl orijinal bina iç mekânı, 1896. Kaffeehaus Album 1860-1930, s.117

Tasarımda, mermer masalar, elektrikli aydınlatma ünitelerinin yanı sıra Thonet No:4’ün yine kullanılmaya devam edildiği görölmektedir.



Resim 46.Cafe Griensteidl orijinal bina iç mekânı, 1896. Das Wiener Kaffeehaus, s.59.

Görseldeki tasarımda dikkat çeken başka bir detay ise, Viyana kafe kültürünün bir ögesi olan gazete tutacağıının kullanılmasıdır. 1899'da Herbersteinpalais'ta da yeni mekânı ile tekrar hizmete açılmış, 20. yüzyılda kafe olarak birçok sanatçı, müzisyen ve yazar için uğrak yeri olmayı başarmıştır.



Resim 47.Cafe Griensideil konumu 2009, (URL 17)

Kafe daha sonra kapanmış ve 1990 yılında Schauflegasse ile Herbergasse caddelerinin köşesinde yeniden açılmıştır.



Resim 48.Cafe Griensideil dış cephesi (URL 18)

Şehir planındaki konumu Resim 47’de daha net anlaşılırken ve Resim 48’de dış cephesi görülmektedir. Mekânın dış cephesinde klasik bir mimari üslup tercih edilmiş, giriş katı seviyesinde kemerli büyük pencereler kullanılmış, üst katta dikdörtgen, diğer katlarda da bu formun benzeri tekrar edilerek, bir ritim duygusu oluşturulmuştur. 1990 yılından sonra hizmete giren ve Resim 49’da aktarılan iç mekân düzenlemesi incelendiğinde; dikdörtgen bir salon planı dikkat çekmektedir. Mekânın caddeye bakan kısmında bulunan büyük kemerli pencereler ile doğal ışığın daha fazla mekâna girmesi sağlanmıştır. Pencere etrafında kullanılan sabit oturma birimi, tefrişi ile bu bölümü tercih eden misafirlere hoş vakit geçirme olanağı sunmaktadır. Kullanılan modern tarzdaki aydınlatma elemanları, mekânın geçmişten gelen ruhunu yansıtmadığı yargısı oluşturmaktadır.



Resim 49. Cafe Griensteidl, Michaelerplatz 2’de 2017.(URL 19)

Viyana kahvehane kültürünün paradigmaları arasında en önemli tasarım öğesi olan bükme sandalye dikkat çekmektedir. 1897 yılındaki resimlerde, Thonet No:4 modelinin kullanıldığı görülürken, günümüzde özünde Thonet No:14’ün tasarım izinde üretilen Thonet No: 18 ürününü kullanılması, kahvehane kültürü içinde hala değişmez özelliğe işaret etmektedir.

Resimdeki dökme demir ayaklı mermer masalar, kırmızı kuşatan perde ve döşemeli sabit mobilyalar, kültürün en önemli işaretleri olarak günümüzde de geçerli olduğunu bir kez daha anımsatmıştır. Zemin döşemesi için kullanılan, balık sırtı diye tabir edilen ahşap zemin döşeme parkeleri, mekânın tek düze, sade ve soğuk ortamı içinde bir sıcaklık hissi uyandırırken, aynı zamanda kaliteli bir mekân algısı yaratmıştır. Cafe Griensteidl, tarihsel yolculuğu sırasında farklı dönemlere tanıklık etmiş, çeşitli sanat ve edebiyat çevrelerine ev sahipliği yapmıştır. Geçmişten günümüze yolculuğunda mekânın tefrişinde Thonet ürünleri tercih edilmiştir.

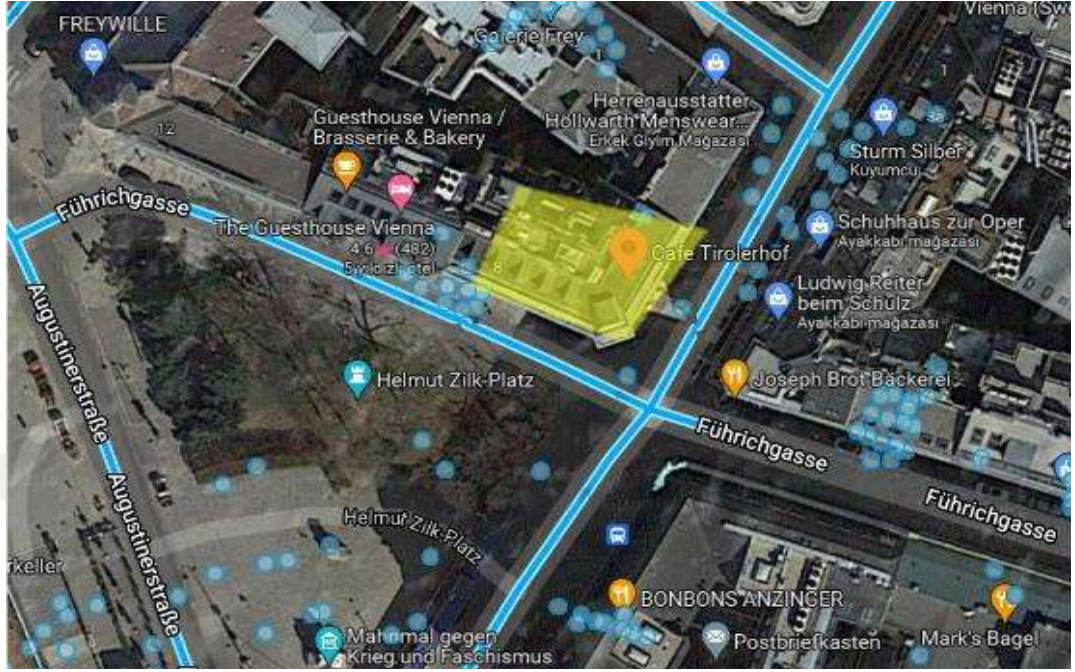
1990-2017 yılı arasında Resim 49'da görülen mekânda Thonet No:18 ürünün kullanıldığını göstermektedir. Cafe Griensteidl'in, Viyana kahvehane kültürüne yaptığı en önemli katkıların arasında kültürel gelişim ve kültür elçiliği misyonu bulunurken, bu misyon için büyük bir emek ve gayret gösterdiği aktarılmaktadır. Her ne kadar Thonet No:14 ürünün kullanımı net olarak ortaya çıkmamış olsa da mekân analizi sonucunda; Thonet No:4 ile başlayan, No: 18 modeli ile devam eden sürekli bir Thonet kullanımı görülmüştür. Tefrişte kullanılan tüm tasarım öğelerinin Thonet No:14 ile kesişiyor olması, özünde bu kültür üzerinde Thonet No:14 sandalyenin etkisinin her dönem görüldüğünü anlaşılır kılmaktadır. Kültürün yaşaması, geniş kitleler tarafından özümsemesi ve bir yaşam tarzına dönüşmesinde; insanların kültürel belleklerinin oluşması ve mekânların bir kimlik üzerinden toplum ile buluşmasındaki katkısı ve etkisi tartışılmaz bir noktadır.

Cafe Griensteidl'in, 1990 yılında yeniden açtığı kapıları, 2017 yılı haziran ayına kadar hizmet vermiştir. Ancak, 2017 yılında artan kira ve giderleri nedeniyle kapanmak zorunda kalmıştır (Kattinger, 2017).

5.1.2 Cafe Tirolerhof

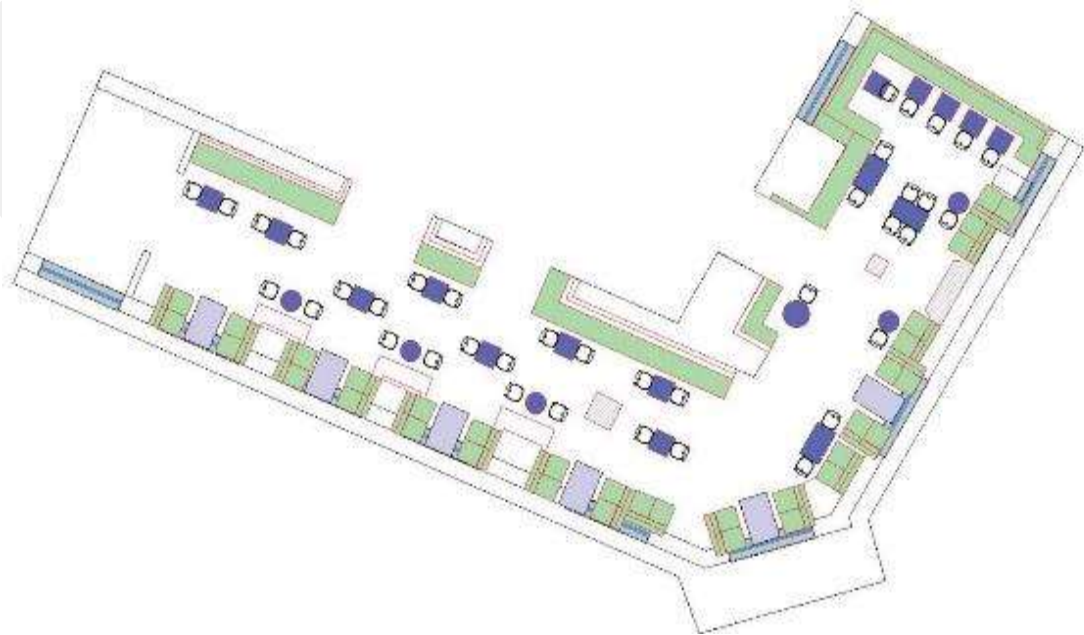
Cafe Tirolerhof'un bulunduğu bina 1885 yılında ünlü ipek üreticisi Eduard Friedmann tarafından yaptırılmıştır. Friedmann ailesinin arması olan ipekböceği işlenmesi nedeniyle bina "İpekböceği Evi" olarak anılmıştır. Kurulduğu andan itibaren binanın zemin katında bir restoran yer almıştır. Ancak kahvehane özelliğinin eklenmesi, 1. Dünya Savaşı'nın bitiminden hemen sonra yani Nisan 1918 yılında, bir çikolata fabrikasının sahibi ve Avusturya'nın ikinci büyük kahve kavurma şirketinin sahibi Walter ve Heinrich Kunz kardeşlerin şirketi satın almasından sonra başlamıştır.

Bu tarihten itibaren tipik bir Viyana kahvehanesi haline gelen mekân, o zamandan beri bugünkü görünümü ile Café Tirolerhof olmuştur (Tirolerhof, 2021).



Resim 50.Cafe Tirolerhof konumu. (URL 20)

Resim 50’de görülen Cafe Tirolerhof, günümüzde Fährichgasse caddesi ile Tegethoffstraße caddelerinin kesiştiği noktada hizmet vermektedir. Cafe Tirolerhof’un dijital ortamdan elde edilen veriler ışığında ortaya çıkan yerleşim Şekil 2’de oluşturulmuştur.



Şekil 2.Cafe Tirolerhof Şematik Rekonstrüktif Çalışma. (Web sitesi verileri ile Zafer İsmet Yüksel tarafından oluşturulmuştur)

Viyana kahvehane kültürünün mekânsal sloganı şeklinde iki caddenin köşesinde yer alarak “L” planda hizmet veren, Führichgasse caddesi cephesine 21 metre ve Tegetthoffstraße caddesine olan 14,5 metrelik ölçüleriyle ile mekân bina planı örtüşmektedir. Mekân içinde genel olarak pencere nişleri içine yerleştirilmiş oturma birimleri yer almaktadır.

İki pencere arasındaki kolonların etrafı ile her boşluk oturma birimi olarak değerlendirilmiştir. Mekân içinde bulunan niş ve uygun görülen cepheler yine sabit oturma birimi ile düzenlenerek, yeterince oturma alanı yaratılmıştır. Sabit oturma birimlerinde daha çok altın rengini andıran renklerde desenli kumaşlar tercih edilmesi, mekânın düz tasarımına ve durağan hissi veren ortamına bir hareket kazandırmıştır. Diğer kahvehane örneklerinde görülen kemer şeklinde pencere uygulaması, bu mekân için daha farklı bir formda, kıvrımlı hatları olan küçük yaylardan oluşan bir pencere tasarımı olarak kullanılmıştır. Mekânın duvarlarında, krem renkli boya tercihi ile koyu ahşap pencere çerçevesi, pencere söveleri ve ahşap duvar kaplamaları bir zıtlık oluşturmuştur. Bu uygulama ile mekânın genel hatlarının ortaya çıkması ve boyutlarının daha net algılanması sağlanmıştır.



Resim 51.Cafe Tirolerhof iç mekân 1. (URL 21)

Zemin döşemesinde kullanılan balıksırtı parke uygulaması, diğer kahvehanelerde olduğu gibi bu mekânda da kullanılmış ve sıcak bir atmosfer sağlanmıştır. Resim 51’de görülen detaylar arasında diğer bir unsuru krem tonlu mermer masalar oluşturmuştur. Mekânın en ilgin iç tasarım unsurlarından biri de yay biçiminde tasarlanan dalgalı tavan tasarımıdır. Kırık şekilde algılanan tavan formu ile mekânın işlemsiz ve gösterişsiz tavanı hareketlendirilmiştir. Mekânda uygulanan aydınlatma unsurları ise oldukça gösterişli, şatafatlı olmasıyla mekân içinde eklektik bir tarz görülmektedir.



Resim 52.Cafe Tirolerhof iç mekân 2. (URL 22)

Resim 52’de görülebileceği üzere bu boyutta bir tavan için kullanılan aydınlatmaların çok verimli bir sonuç vermeyeceği öngörülmektedir. Mekân içinde Viyana kahvehane kültürünün en önemli unsuru olan Thonet No:14 sandalye, Resim 52’de daha net görülebileceği üzere sabit oturma birimlerinin ve ortada bulunan mermer masaların etrafında kullanılmıştır. Mekânın genel atmosferine uygun olarak koyu renkte seçilen ahşap boyası kullanılan Thonet No:14 sandalye, Viyana kahvehane kültürünün en önemli ögesi olduğunu bir kez daha kanıtlamıştır.

Thonet No:14, kültüre sağlamış olduğu süreklilik ve kolektif bellek inşasının yanı sıra Viyana kahvehane kültürünü diğer coğrafyalara taşınmasındaki iletişim rolünü, günümüzde devam ettirerek, kültürün özüne verdiği katkıyı sürdürmektedir.

5.1.3 Kleines Caf 

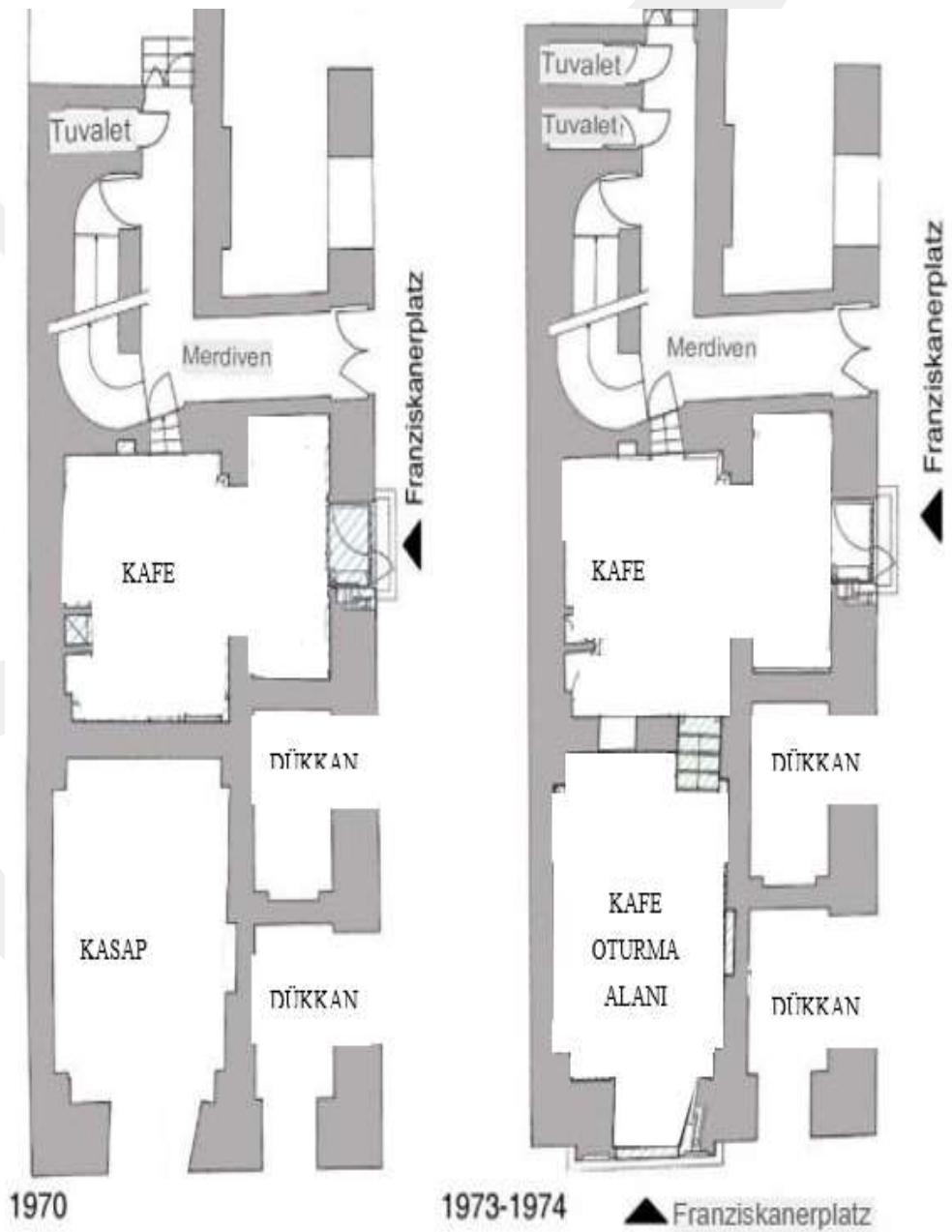
Kleines Caf , Viyana'nın birinci bölgesi olarak adlandırılan Franziskanerplatz 3 adresinde, Michael Schuh tarafından kurulmuştur. Viyana'nın en küçük kahvehanesi şeklinde anılmasının sebebi, yerleşim planları incelendiğinde daha net anlaşılacaktır. 1935 yılında Albert Hilscher tarafından çekilen Resim 53'te, izlenebilen fotoğrafta, mekânın küçük ve sade görüntüsü dikkat çekmektedir. Küçük kafenin, sokağın iki yanından farklı kotlarda, iki farklı girişi bulunurken, 1970'ten 1985'e kadar dört farklı dönem geçirdiği görülmektedir. Kafe başlangıçta ikiden fazla masanın sığmadığı, müdavimlerinin ayakta durduğu, bir bara sahip olmayan ve yaklaşık 30 m2'lik "alt odada" kurulmuştur (Dizdarevic, 2018, s.67).



Resim 53. Kleines Cafe i  mekân 1935 civarı. Kaffeehaus Album 1860-1930, s.68

Resim 53'te görüldüğü üzere; mekân detaylı olarak analiz edildiğinde hiçbir süsleme, rölyef vb. uygulama olmaması ile, Viyana kahvehane kültürüne ait bükme aħřap mobilyalar, mermer masalar ve duvarda asılı duran gazetelik objeleri dikkat çekmektedir. Mekânın ne kadar küçük metrekarede hizmet verdiği, dönem projelerindeki yerleşim planlarını net olarak göstermektedir.

Şekil 3'te görülen 1970 ve 1974 yıllarına ait planlarda, Franziskanerplatz caddesi cephesinde girilen mekânın hem kapı hem de pencere olan tek bir açıklığı bulunmaktadır. Odanın tavanı, parlayan yağlı boyalarla kaplı, iki eşit olmayan çapraz tonozdan oluşmaktadır. 1973-74 Kafeye, Franziskanerplatz'dan girişi olan, ilk odaya dört basamaklı bir duvar açıklığı ile bağlanan üst kısmın eklendiği görülmüştür. Meydan gibi, yeni odanın zemini yaklaşık 60 cm daha yüksek, ancak tonoz tavanda herhangi bir değişim yapılmamıştır (Dizdarevic, 2018, s.67).



Şekil 3. Kleines Cafe Planlar. 1970-1974. Augmented Reality als Methode der Architekturvermittlung am Beispiel von Wiener Kaffeehäusern, s.69, Mekân isimleri Zafer İsmet Yüksel tarafından yeniden düzenlemiştir.

Şekil 4'te görülen 1985 yılına ait planda ise mekâna tuvaletler eklenmiştir. Mekânın en başta hizmet verdiği mekân ile son değişimi arasında oldukça büyük bir metrekare artışı elde ettiği anlaşılmaktadır.



Şekil 4. Kleines Cafe Planı. 1985, Augmented Reality als Methode der Architekturvermittlung am Beispiel von Wiener Kaffeehäusern, s.73, Mekân isimleri Zafer İsmet Yüksel tarafından yeniden düzenlemiştir.

Resim 54'te günümüzdeki dış mekânı görülen kahvehane, ziyaretçilerine hoş zaman geçirme olanağı sağlamaktadır. İç mekâna 1935 yılında edinilen bir resim ve yeni bir tezgâh eklenmiştir. Zeminin düz beton hali yerine, küçük alanlar için daha küçük seramikler kullanılarak mekânın daha büyük algılanması sağlanmıştır. Ahşap tonların hâkim olduğu mekânın küçük ama sıcak atmosferi günümüz kullanıcılarını kendine çekmeyi başardığı görülmektedir. Ayrıca mekânın Viyana kahvehane kültürü oluşumu ve sürekliliği için üstlendiği rolü ile bilinen Thonet No:14 sandalyeyi günümüzde kullanıldığı görülmektedir.



Resim 54. Kleines Cafe, günümüz dış mekân. (URL 23)

Resim 55’te net olarak görülen, endüstriyel mobilya için büyük bir devrim niteliği taşıyan Thonet No:14 sandalyesinin mekânda hâlâ kullanılıyor olması, kültürün canlılığına önemli bir örnek oluşturmaktadır.



Resim 55. Kleines Cafe iç mekânı. (URL 24)

5.1.4 Caf  Museum

Cafe Museum, Adolf Loos'un 1899 yılında tasarladığı Friedrichstradbe 6 ile Operngasse'nin kesiştiği köşede, Viyana'nın ilk modern kahvehanesi olarak açılmıştır. Bu mekân Adolf Loos'un ilk büyük eseri olmuştur. Resim 56'da görülen binanın zemin katında, Adolf Loos'un Amerika Birleşik Devletleri'nden dönüşünün ardından tasarlayıp inşa ettiği Cafe Museum, dönemi için oldukça radikal değişiklikler getirmiştir. İç mekânda Loos'un odaklandığı tasarım fikrinde fonksiyonellik, Thonet marka basit mobilyalar, bağımsız masalar ve koltuklar ile daha fazla iletişimi teşvik etmesidir.

Cafe Museum'un açılışında *"Wiener Rundschau* "şu şekilde yazmıştır:

"ne var bu kafe ile kazandık, bize ne öğretiyor? Çok. Çünkü bir beceri ve üstünlük bir kaynaktan gelir: Netlikten. Harcanabilir olan her şeyden vazgeçer; sadece güzelda yararlı olan gibi göstermez, ama yararlı olanda güzel olan gibi" şeklinde açıklamıştır".

Adolf Loos, mekânda herhangi bir süsleme kullanmaz ve her türlüşünü terk eder. Sadece pirinç, mermer ve ahşabın kullanıldığı mekânda, başka herhangi bir detaya yer verilmemiştir. Cafe Museum'un düzenli konukları arasında ünlü mimar Otto Wagner, Viyana Secession' un kurucusu Joseph Maria Olbrich bulunmaktadır. Ayrıca ressamlar Egon Schiele, Oskar Kokoschka ve Gustav ile buluşmaları için kullanmışlardır. Gustav Klimt ve tasarımcı Josef Hoffmann'nın uzun yıllar bu mekânı kullandığı aktarılmaktadır (Schmid, 1993, ss.18-124).

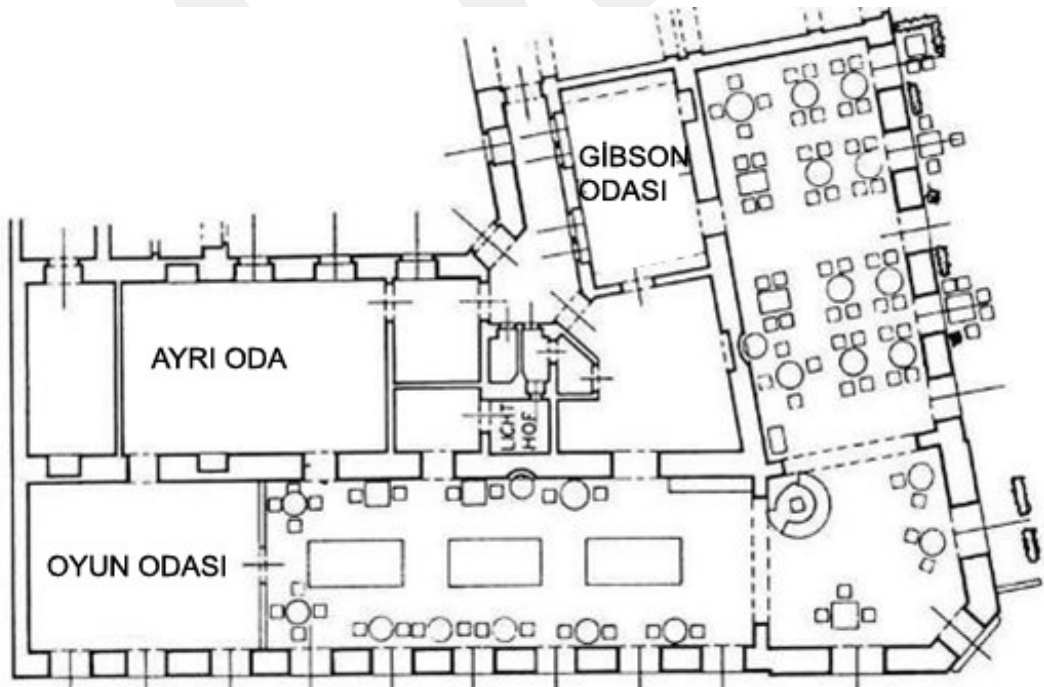


Resim 56.Cafe Museum 1900. Kaffeehaus Album 1860-1930, s.125



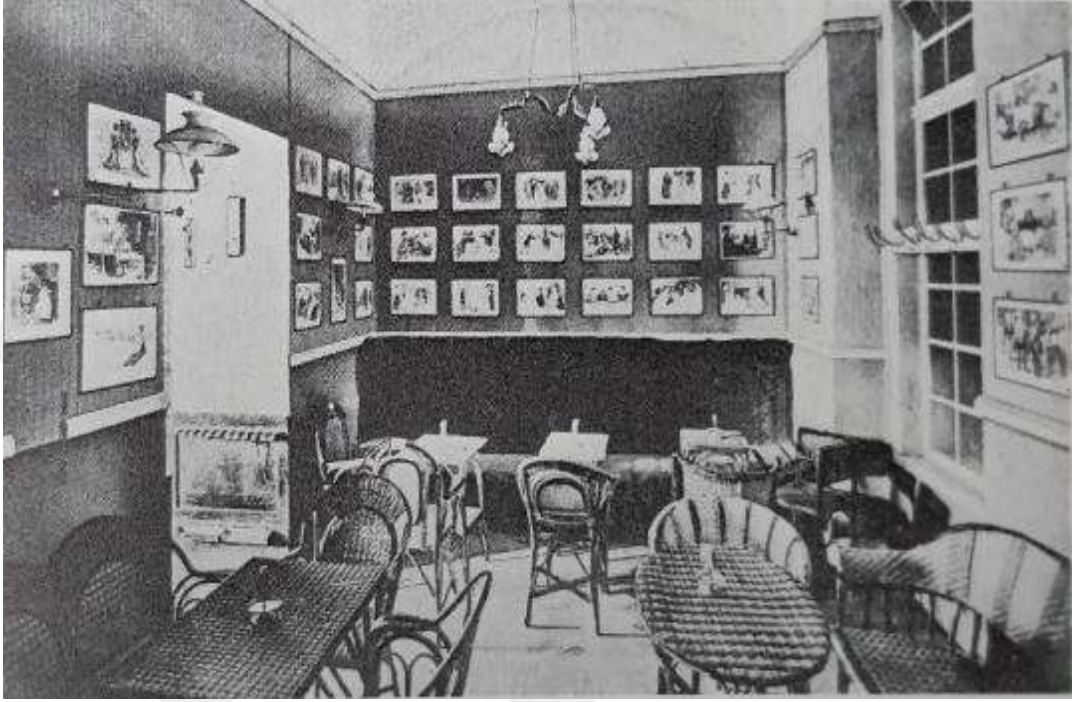
Resim 57.Cafe Museum iç mekân. Das Wiener Kaffeehaus, ss.88-89. Dijital ortamda yazar tarafından yeniden düzenlenmiştir.

Resim 57’de görülen, dönemin aşırı objelerle yüklenmiş mekânlarına karşı bilinçli ve açık bir yanıt olarak algılanmıştır. “Cafe nihilizm” takma adıyla anılan kahvehane, Biedermeier döneminin tipik köşe kafesinde görülen klasik yerleşimin aksine sadece yazarkasa, bilardo, okuma odası şeklinde düzenlenmiştir. Nihilist Cafe ile ünlünen Cafe Museum, ilk planında Şekil 5’te görülen yerleşim planı ile hizmet vermiştir.



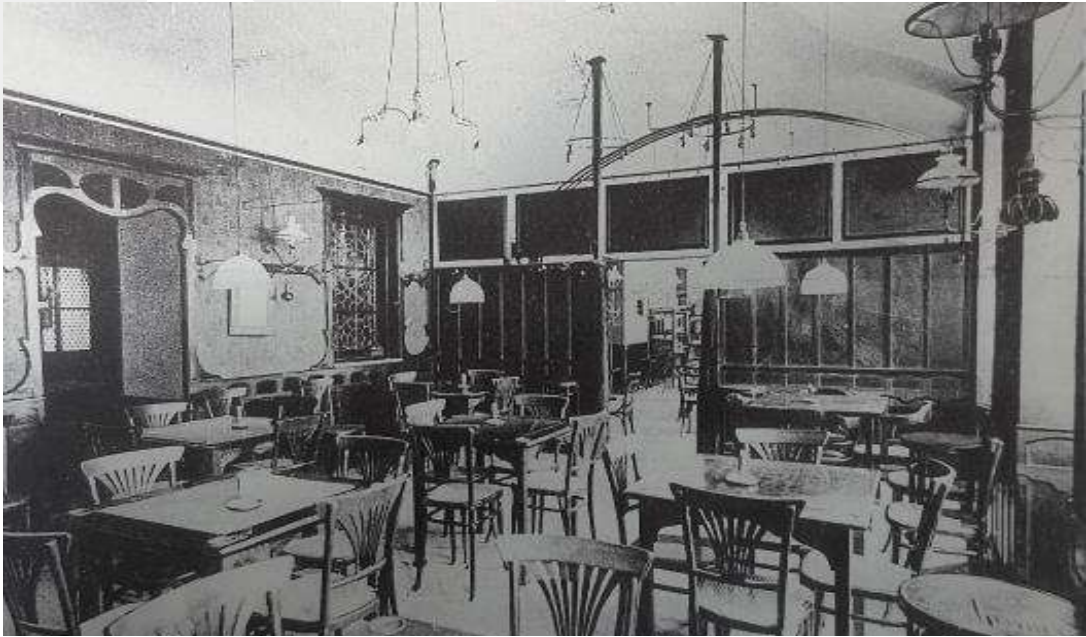
Şekil 5.Cafe Museum Yerleşim Planı. (URL 25), Mekân isimleri Zafer İsmet Yüksel tarafından Türkçe olarak yeniden düzenlenmiştir.

Viyana kahvehanelerinin ortak özelliklerinden olan iki caddenin kesiştiği konumuyla, giriş bu iki caddenin birleştiği köşeden sağlanmaktadır. Mekânın giriş bölümünün sağ bölümünde yuvarlak veya kare masalar ile sandalyelerin kombinasyonu görülürken, mekânın sol bölümünde duvar kenarlarında masa ve sandalyeler ile orta kısımda üç bilardo masasının yerleştirildiği görülmektedir.



Resim 58.Cafe Museum oyun odası. Das Wiener Kaffeehaus, s.124

Bu mekânın devamı ise Resim 58’de görülen oyun odası bir paravan ile ayrılmıştır.



Resim 59.Cafe Museum Gibson Room, 1900. Das Wiener Kaffeehaus, s.90

Mekân içinde uygulanan bir başka yenilik ise aydınlatma öğeleri tasarımında gözlenmektedir. Diğer kahvehanelerde aydınlatma için merkezde bulunan büyük bir armatür ile çözüm aranırken, Cafe Museum da bu aydınlatma elemanları masaların izdüşümlerine gelecek şekilde planlanmıştır. Mekânın içindeki en ilginç tasarım yaklaşımı Resim 59’da görülen “Gibson Odası” olmuştur. Oda ismini Amerikalı karikatürist Charles Dana Gibson’ un çizimlerinden almıştır (Wien Geschichte, 2021). 1899 yılında Ludwig Hevesi’nin aktardığına göre; bu mekânın tasarımı yapraklı duvar kâğıdı ve kumaş minderli sandalyeler ile diğer mekânlardan farklı bir çizgi taşımaktadır (Brandstatter & Schweiger, 1978, s.91).



Resim 60. Adolf Loos sandalye. (URL 26)

Değişimin ve dönüşümün yoğun olarak yaşandığı dönemde, Viyana’nın ayrılıkçı sanatçıları ve yenilikçi düşünceye sahip insanları, bu mekânı yoğun olarak kullanmıştır. Fikir üreten müdavimlerine özel masaların ayrıldığı bu mekânın, zamanın değişim ruhuna ve özellikle Viyana Secession düşünce tarzının oluşumuna ve bu düşüncelerin etkileşimine olan katkısı inkâr edilemeyecektir. Mekân içinde kullanılan ahşap bükme sandalyenin, Adolf Loos tarafından tasarlanan ve günümüzde hâlâ satışta bulunan sandalye, Resim 60’ta görülmektedir. Bu ürünün Gebrüder Thonet firmasının tanımıyla; Thonet No:14 ve No:30 modeli ile Kohn firmasının 248 Nolu ürünlerin bir karması şeklinde olduğu aktarılmıştır.

Günümüzde Cafe Museum'un güncel durumu incelendiğinde, değişimin sürdüğü belirgin şekilde görünmektedir. Günümüzde yapılan değişimlerinin sonucunda Cafe Museum'un başlangıç felsefesindeki yenilikçi tarzından oldukça uzaklaştığı izlenimi edinilmektedir.



Resim 61.Cafe Museum iç mekân (URL 27)

Resim 61'de görülebileceği üzere, kuruluş döneminde Nihilist Cafe olarak ün yapan mekânın artık günümüz diğer mekânlarının tarzına benzer tasarım çizgisi görülen kırmızı sabit oturma birimlerinin yoğun kullanıldığı ve mekânda hâkim rengin kırmızı olduğu görülmektedir. Adolf Loos'un kendi tasarımı olan sandalyelerin kullanımından vazgeçilerek, onun yerine sıradan ürünler ile bir iç mekân tasarımı yapılmıştır. Mermer masaların kullanımına devam edilirken, mekân tefrişinde artık müşteri odaklı bir düzenleme yapıldığı anlaşılmaktadır.

Mekânın orijinal tasarımda kullanılmayan ahşap duvar kaplamaları neredeyse her bölümde kullanılmış, duvarlar belli bir seviyeye kadar tavan ile farklılık yaratması açısından farklı bir renk ile boyanmıştır. Orijinal tasarımda oyun odası olarak planlanan bölüm günümüzde diğer mekânlardaki tefriş ürünleri kullanılarak, kahvehanenin bütünlüğüne vurgu yapılarak tekdüze haline getirilmiş, ahşap kapı olan separatör uygulaması camlı ahşap paneller ile değiştirilerek, ferah bir ortam yaratılmaya çalışılmıştır. Resim 62'de izlenebileceği üzere yaşanan değişimler

mekânın her köşesinde kendini göstermektedir. Başlangıçta beton zemin şeklinde yapılan tasarım, günümüzde balıksırtı ahşap parke uygulaması ile değiştirilmiştir.

Ayrıca Adolf Loos'un, ahşap, metal, pirinç malzemelerden yapılarak önemli bir detay oluşturan pencere arasında bulunan kolonlardan hafif kemerli tavanları kat ederek duvarlara kadar erişen pirinç şeritler kaldırılmış ve düz bir tavan uygulamasına dönülmüştür. Başlangıçta açıkta bırakılan aydınlatma enerji kablolarının, günümüzde nispeten görünür ama genellikle gizlenmiş olduğu anlaşılmıştır. Adolf Loos'un geleceğe dair yaptığı bir projeksiyon projesi ile ortaya koyduğu mekân tasarımının aksine, günümüzde kâr ve maliyet endişesiyle terk edilen standart malzeme ve



Resim 62.Cafe Museum bilardo ve oyun odası günümüz, (URL 28)

tasarımlar kullanılarak yapılan düzenlemeler bağlamında, Viyana kahvehane kültürünün başlangıçtaki yaratıcı ruhundan uzaklaştığı izlenimi edinilmiştir.

5.1.5 Cafe Diglas

Schottenstift'teki Café Diglas, günümüzde Resim 63'te işaretlenmiş Schottengasse 2, Viyana, Avusturya adresinde hizmet vermektedir. Aslında bu mekân, aynı isme sahip dört farklı şubeden oluşan, bir grup şirket yapısına dahil olduğu anlaşılmıştır.



Resim 63.Cafe Diglas konumu. (URL 29)

Orijinal Cafe Diglas, 1875 yılında başlayan bir gastronomi geleneği ile Viyana halkına hizmet vermeye başlamıştır. İlk mekânın kurucusu olan Hans Diglas, farklı işletmeleri de yönetmiştir. İlk mekânın bahçesinde baba Johann Strauss ve oğlunun, hafta sonları keman çaldığı bilgisi bulunmaktadır. Ailenin Türkenschanzpark'ta bulunan "Schlosshotel Restoran"ının ilk konuğu imparator I. Franz Joseph'tir. Bu bağlamda ailenin, Viyana'nın seçkin sınıfına hizmet verirken, bir taraftan da kahvehane kültürü ile köklü bir kurduğu anlaşılmaktadır. İkinci kuşak olan Hans ve Franz Diglas, 1923 yılında Wollzeile'de Cafe Diglas'ı kurmuş ve böylece Viyana kahvehane geleneğine dahil olmuşlardır. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra üçüncü kuşak Hans Diglas kurumun başına geçmiş ve farklı restoranlar işletmiştir. Cafe Diglas'ın 2. Dünya Savaşı'ndan sonra en ünlü müdavimleri arasında kabare sanatçısı Karl Farkas ve şair Heimito von Doderer yer almıştır. 1988 yılından itibaren 4. Kuşak

Hans Diglas kahvehane kurumunun başına geçmiş ve titiz bir restorasyon çalışmasıyla kahvehaneyi orijinal haline getirmiştir (Diglas, 2021).



Resim 64. Cafe Diglas, iç mekân (URL 30)

2016 yılında, Cafe Diglas'ın IV. kuşak yöneticisi, kahvehane kültürüne Schottenstift'teki Café Diglas şubesini armağan ederek hizmeti sürdürmüştür. Schottenstift'teki Café Diglas'ın, iki katlı bir binada hizmet verdiği kurumun kendi beyanları ile anlaşılmıştır. Resim 64'te görülen giriş kattaki bölümde, klasik tonoz tavan yapısı görülmektedir.

Üç adet kemerli pencere, bu mekânın doğal ışık ihtiyacını karşılamaktadır. Resim 65'te aktarıldığı şekilde, mekânın kısa duvarına asılan kenarları oval büyük aynanın, mekânın daha derin algılanmasına olanak verirken, ziyaretçilerin farklı açılardan mekânı yaşamasını da sağlamaktadır. Tavanın beyaz ve görece alçak tavanı, bu pencere açıklıkları ile daha ferah bir mekân hissi uyandırmaktadır. Tavanda kullanılan sarkıt aydınlatmalar modern bir çizgide seçilmiş olup, örümcek kollu yapısıyla daha fazla aydınlık elde etme imkânı sunan bir tasarıma sahiptir.

Kahvehanelerin pencere nişleri dâhil edilerek sabit oturma birimleri arasında bütünlük sağlanmıştır. Orta alandaki tefriş için sabit ve hareketli ürünlerin birlikte kullanıldığı bir tasarım uygulanmıştır. Bu mekânları oluştururken kullanılan ahşabın vermiş olduğu sıcaklık ve kırmızı kadife kombinasyon, oturma birimlerini kapalı ve huzurlu bir yapıya dönüştürmüştür.



Resim 65.Cafe Diglas iç mekânı 2. (URL 31)

Zeminlerde kullanılan balıksırtı ahşap parkeler diğer kültür temsilcileri ile hareket edildiği izlenimi vermektedir. Mekânın kapalı, bireyselliği teşvik eden tasarımı mermer masalar ile tamamlanmıştır. Mekân güncel bir tasarım düşüncesi ile yenilense de Viyana kahvehane kültürünün kült ürünü Thonet No:14'ün izinden giden Thonet No: 18 kullanılmıştır. Belleğin inşası ve birikimi süreci için eşsiz bir örnek olarak karşımıza çıkan bu Thonet No:14 sandalyenin kullanılması; mekânın kendisini tanımlaması ve yansıtmak istediği kimliğin simgesel yansıması şeklinde algılanmıştır.

5.1.6 Cafe Sperl

Cafe Sperl, 1880 yılında Theophil Hansen'in öğrencileri Joseph Grock ve Wilhelm Jelinek tarafından kurulmuştur. Resim 66'da aktarılan ana cephesiyle; 6. Bölge, Gumpendorfer Straße 11-13, Lehargasse 10 Resim 67'de görülen adresinde hâlâ hizmet vermektedir. İlk sahibi Jakob Ronacher olan mekân, yakındaki askeri okul üyeleri ve özellikle müzisyenler tarafından yoğun talep görmüştür. Müzisyenlere ve askerlere ek olarak kafe, "Haagengesellschaft" adlı ressam şirketi sanatçıları tarafından yoğun ziyaret edilen mekân olmuştur. Cafe Sperl'in misafirlerinin benzer fikirler etrafında organize olmaları, "Siebener-Club", 1897'de Secession ve Hagenbund gibi hareketlerin oluşmasında rol oynamıştır (Schmid, 1993, s.75).



Resim 66. Cafe Sperl ana giriş cephesi, 1900. Kaffeehaus Album 1860-1930, s.75

1895'te kurulan "Hagen Grubu" özellikle dikkatli incelenmesi gereken bir topluluktur. Hagen 'in kurucuları ve katılımcıları arasında olan; Josef Maria Olbrich, Josef Hoffmann, Kolo Moser, Max Kurzweil, Leo Kainradl ve Adolf Karpellus, 1896/1897 yılları arasında Secession The Hagenbund'u kurmuştur. Bu birliktelik 1942 savaş kışına kadar yaşamıştır (Sperl, 2017).

Ludwing Hevesi'nin aktardığına göre; 1905'te sözü edilen gruptan kişiler, kendilerini anlatabilmek, daha çok da çizmeyi unutmamak için beyaz mermer masalarda çizimler yapmıştır.



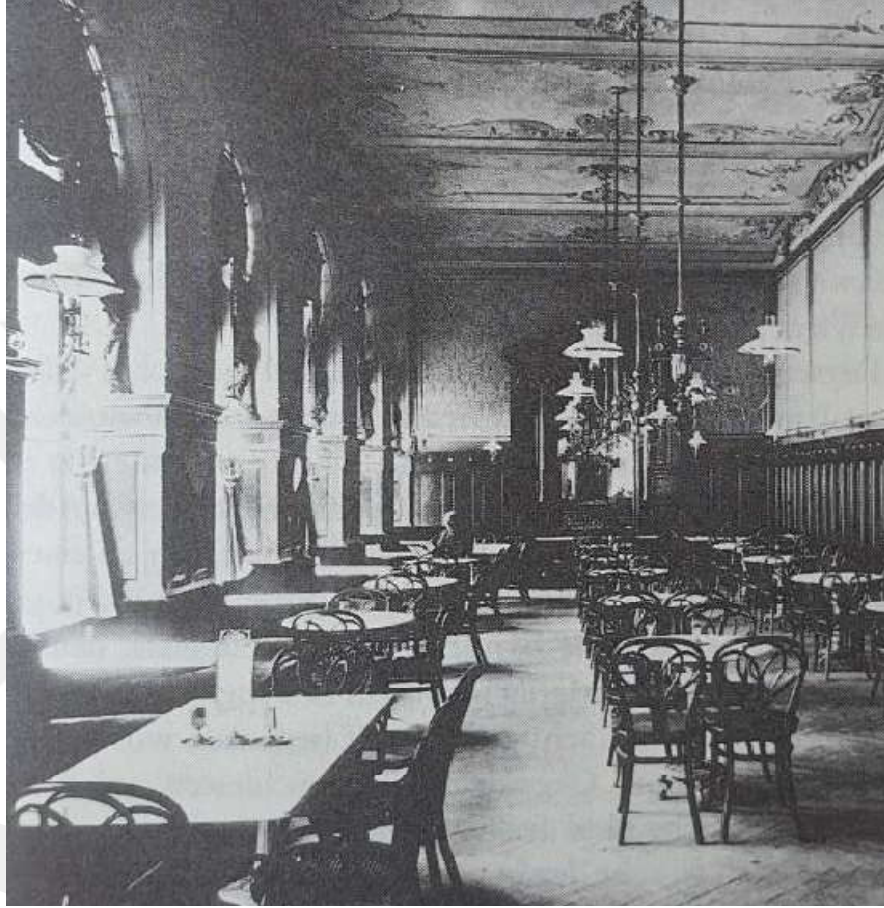
Resim 67. Cafe Sperl şehir konumu. (URL 32)

Bu çizimlerin para karşılığı yapılmamıştır. Akademisyen Josef Engelhart'ın, bu mekân kullandığı süreçte; müzisyen, heykeltıraş, mimar ve bazı yetkilileri tanıdığı, ünlü Tarot oyunu ve çizgi film çizimi ile de bu sayede tanıştığı aktarılmaktadır (Brandstatter & Schweiger, 1978, s.84).



Resim 68. Cafe Sperl bilardo salonu, 1900. Das Wiener Kaffeehaus, s.85

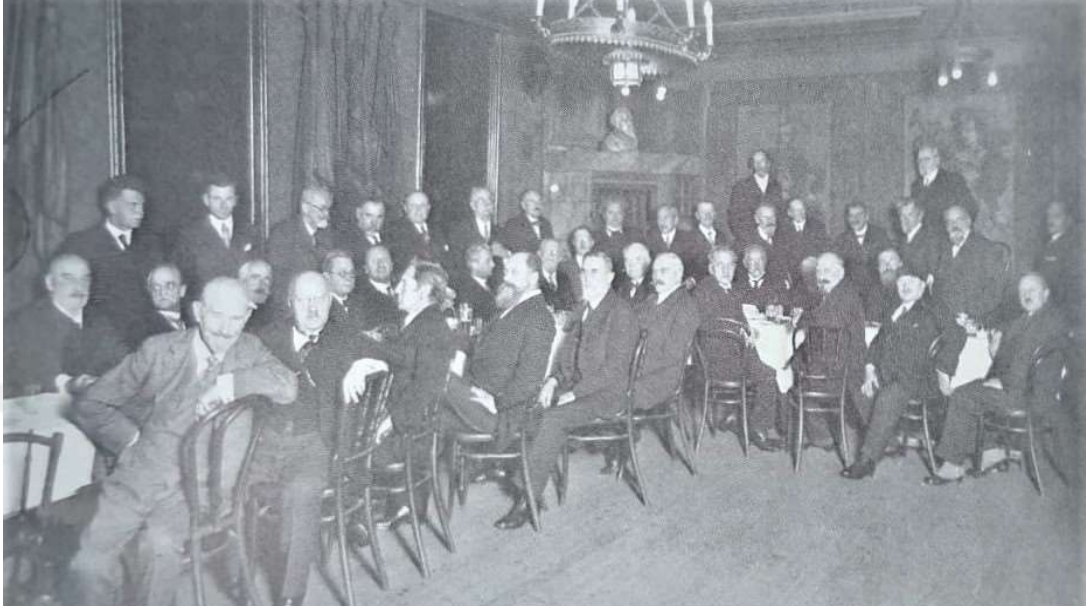
1900'lü yıllarda elde edilen Resim 68'deki görüntüde, mekânın bilardo oynanan bölümü hakkında fikir vermektedir. O dönem için ağır bir klasik tarz ile tasarlanan iç mekânda, girişin hemen karşısında karşılama bankosu ve servis tezgâhı bulunmaktadır. Mekânın uzun kenarından başlayan kavisli tavan, oldukça hareketli bir unsur olarak göze çarpmaktadır.



Resim 69. Cafe Sperl, 1900 civarı. Das Wiener Kaffeehaus, s. 275.

Kavisli tavan üzerinde yinelenen işlemeli desenlerle, klasik bir Viyana evi oturma odası görüntüsü elde edilmiştir. Duvarlar ve tavanlarda bulunan işlemler sayesinde mekân, oldukça klasik bir imaj çizerken, mobilya objelerinin de o denli naif olması dikkat çekicidir. Mekânın ortasına konumlandırılan bilardo masalarının her iki tarafı masa ve sandalyeler ile tefriş edilirken, özellikle sandalyelerin sırt bölümlerinde açık bükme ahşap sandalye kullanılması, dönemin yöneliminin bir etkisi olarak ön plana çıkmaktadır. Diğer oyun ve sohbetin yapıldığı bölüm ise Resim 69'de görülmektedir. Elde edilen bir başka görselde ise, bükme sandalyelerin mekân tasarımı içindeki etkisini daha net anlatmaktadır. Resim 70'te mekânın içinden çekilen görselde yoğun bir ziyaretçi olduğu ziyaretçilerin bir bölümünün oturduğu, diğerlerinin ayakta olduğu görülmektedir.

1859 yılında tasarlanıp ortaya çıkan Thonet No:14 sandalyenin mekânda kullandığı dikkat çekmektedir. Farklı dönemlerde uygulanan çeşitli iç mekân tasarımının odağında Viyana kahvehane kültürü ile özdeşleşen Thonet No:14 sandalyesinin kullanılması, rastlantıdan çok bir tercihtir.



Resim 71.Cafe Sperl iç mekân, 1935. Das Wiener Kaffeehaus, s.85

Günümüzde 6. Bölge, Gumpendorfer Straße 11-13 adresinde hala hizmet vermeye devam eden mekân, Viyana kahvehanelerinin şehir planında en belirgin özelliklerinden olan iki caddenin keşişimi noktasında yer alması ile “L” planlı bir mekân yerleşimine sahip ve 1880 yılından beri hizmet vermektedir.



Resim 70.Cafe Sperl Gumpendorfer Straße cephesi hol. (URL 33)

Cafe Sperl'in günümüz iç mekânı incelendiğinde; kurulduğu dönemin tasarım anlayışını çok küçük değişimler haricinde koruduğu gözlenmektedir. Resim 71'de görülen Gumpendorfer Straße cephesi bölümde detaylar korunmuştur. Caddeye bakan altı kemerli pencere, dış mekân ile görsel teması sağlarken, doğal ışığın mekâna girmesine cömertçe izin vermektedir. Resim 72'de görüldüğü gibi, pencere nişlerine ve pencere arasındaki kolona, etrafı kolsuz ve bütünleşik formda sabit oturma birimi düzenlenmiştir. Bu bölümde bazı masalar ahşap, bazıları ise mermer tablalı olarak seçilmiştir. Mekânda duvarlar yaklaşık 220 cm yüksekliğe kadar ahşap kaplanmış, bu sınırdan itibaren de duvar kâğıdı ile kaplanmıştır. Pencerelemin kaşısındaki cephede, duvar kâğıdı seçiminde iki farklı doku seçildiği ve bunların birleşim noktaları geçişleri yivli şekilli ahşap çıta ile sağlanmıştır. Mekânın yaklaşık olarak 400-440 cm olarak öngörülen tavanı, kurulduğu dönemi yansıtan önemli bir detaya sahiptir. Tavandan sarkan dört kollu klasik yorumlu aydınlatma elemanları, mekânın ambiyansına hem görsel hem de işlevsel olarak katkıda bulunmaktadır. Mekân zemininde, açık meşe renkte balıksırtı ahşap parkeler duvarlarda görülen koyu ahşap ile bir zıtlık oluştururken, bu uygulama mekânın gün batımındaki loş atmosferine uygun bir seçim oluşturmuştur. Mekânın giriş kapısının sağında yer alan ve Lehargasse caddesine bakan hol kısmında da orijinal sayılabilecek bir yerleşim planının korunduğu söylenebilir.



Resim 72. Cafe Sperl Lehargasse caddesi tarafı holü. (URL 34)

Resim 68’de, 1900 yılı resimleri ile kıyaslandığında benzer şekilde, bilardo masalarının orta bölüme yerleştirildiği görülmektedir. Ayrıca Resim 72’de, 1900 yılındaki ile kıyaslaması yapılabilecek pencere detayı dikkat çekmektedir. Bu bölümde ilk fotoğrafta 7 pencere açıklığı bulunurken, günümüzdeki planda bu bölümde 5 adet pencere açıklığı tespit edilmiştir. Girişin hemen solunda bulunan birinci ve ikinci pencere arasındaki asimetrik durumun, cephenin orijinal yapısına müdahale edildiğini, mekânın uzunluğunda bir kısalma olduğu anlaşılmaktadır. Dış cephede pencere sayıları doğrulanırken, mekânın sağ holü arka bölümünün kısaltılarak başka bir işletmeye dönüştürüldüğü görülmektedir. Genel hatları ile diğer bölümün tasarım çizgisi bu mekâna aktarılırken, ilk planda uzunlamasına duran bilardo masalarının mekâna dik olarak yerleştirilmesi, oturma bölümlerinin özellikle duvar cephesinde yer almamasına yol açmıştır. Yapılan bu değişikliğe karşın, mekânın atmosferinin kuruluş dönemine olan uygunluğu nedeni ile olumlu bir çaba olarak değerlendirilmiştir. Elde edilen görsellerde, mekânda Viyana kahvehane kültüründe önemli bir rol oynayan bükme sandalyeler ve özellikle de 1935’li yıllarda Thonet No:14 sandalyelerin kullanıldığı görülmüştür. Günümüzde bu öğelerin mekân içinde yer almamasının, kültürel çerçeveden ziyade ekonomik koşullara uygun bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir.

5.2 1860-1930 Yılları Arasında Dünya’da Viyana Kafe Kültürü Oluşumu ve Thonet No:14 Etkisi

Araştırmanın bu bölümünde; Viyana kafe-kahvehane kültürünün oluşumunda Avrupa ve diğer kıta ülkelerine yansımaları irdelenmiştir. Viyana kafe kültürünün oluşumunda etkili paradigmalardan farklı kültürel sahne ülkelerinde nasıl uygulandığı, hangi öğelerin yoğun olarak öykünme sürecinde yer aldığı izi sürülmeye gayret edilmiştir. Bu amaçla kaynaklarına ulaşılabilen *Cafe Dindurra*, *Sarafim Kahvehanesi* ve *Cafe Novedades* mekânları analiz edilmiştir.

5.2.1 Café Dindurra; Madrid

1898 yılında ünlü iş insanı Manuel Sánchez Dindurra; bir bloğun yarısını yeni bir tiyatro inşa etmek amacıyla zamanın ünlü mimarı Mariano Marin Magallon’u görevlendirmiştir. Resim 73’te konumu görülen, inşaatı çok hızlı bir şekilde tamamlanan kompleksin, iki caddenin birleştiği bölüm, tiyatro girişi holü olarak belirlenirken, buraya bir kafe açılması fikri ortaya çıkmıştır. Eklektik bir tasarım

anlayışı ile tasarlanan ve 1901 yılında hizmete giren Cafe Dindurra, eklektik mimarisi ve iç mekân şekillenmesi ile oldukça ilgi çekmiştir. Mekânın geniş oturma odası şeklindeki planı, süslenmiş ahşap kirişleri, bitkisel motifler ile zenginleştirilen sütun başlıkları ve duvar- tavanda boyalı freskler kullanılmıştır (Dindurra, 2014).



Resim 73.Cafe Dindurra konumu. (URL 35)

1900'lü yılların başlarında çekildiği düşünülen Resim 74'teki görselde; mekân tasarımı bağlamında Viyana kahvehane kültürünün Madrid şehrinde benzer bir tutum ile benimsendiğini göstermiştir.



Resim 74.Cafe Dindurra iç mekân 1900'lü yıllar. (URL 36)

Mekânın dikkat çekici en önemli mimari unsuru; işlemeli başlığa sahip ince zarif kolonları olmuştur. Mekânın en göz alıcı bölümleri tavan ve duvardaki freskler ile tam bir görsel şölen sunulmaktadır. Duvarda görülen fresk bölümlerinin arasına konumlandırılan aynalarla mekân içinde farklı boyutların algılanması amaçlanırken, Viyana kahvehanelerinde görmeye alışık olmadığımız perde kullanımı dikkati çekmektedir. Bu iç mekân tasarımı dönemin içinde bulunan baskın kültür etkisi ile oluştuğu anlaşılmaktadır. Kahvehane kültürüne olan en önemli öykünme unsuru mobilyalarda göze çarpmaktadır. Mozaik veya mermer olduğu düşünülen masaların etrafına, misafirler için Thonet No: 14 sandalye seçimi yapıldığı görülmektedir. Thonet No:14 sandalyenin dünyanın farklı coğrafyalarında Viyana kahvehane kültürünün bir simgesi olarak kullanıldığı ve mekânların tefrişinde kullanıldığı düşünülürse, Cafe Dindurra'nın bu öykünmedeki en belirgin objesi, Thonet No:14 olmuştur. Manuel Sánchez Dindurra, 1931 yılında Mimar Manuel del Busto tarafından yapılan tadilat ile Art Deco tarzı bir tasarım ile tekrar hizmetine devam etmiştir. 2013 yılında kısa bir ara vermesine karşın, mekân günümüze kadar ulaşmış ender kafe konumundadır (Berdasco, 2017). 2014 yılında yapılan tadilatın ardından kapılarını tekrar açan Cafe Dindurra 'da değişim müthiş olmuştur. Resim 75'te görüldüğü gibi, kafenin kurulduğu dönemdeki iç mekânın zarif kolonları, artık dökme pirinçten çiçek yapraklarını andıran kalın hatlı kolonlara dönüşmüştür.



Resim 75. Cafe Dindurra, ana giriş (URL 38)

Başlangıçta kolonlar takip edilmeden yapılan serbest yerleşim terk edilerek, kolonlar arasına sabit oturma birimleri yerleştirilmiştir. Duvarlarda bulunan freskler ve aynalar tamamen kaldırılmış, onun yerine kat çizgisinin olduğu bölümde led aydınlatma elemanları ile bir farklılık yansıtılmaya çalışılmıştır. Mekân içinde kolonların merkezlerine küre şeklinde modern aydınlatma elemanları yerleştirilmiştir. Zemin kaplaması için, iç içe geçen üç farklı renkte tasarlanan karo uygulaması dikkat çekmektedir. Oturma birimlerinin önüne yerleştirilen metal ayaklı mermer masalar dikkat çekmektedir. Resim 76’da görüleceği üzere, mekânın giriş kapısına dik konumda yerleştirilen sabit oturma birimleri ve masaların karşısına Thonet No:14 sandalye kullanılmıştır.



Resim 76. Cafe Dindurra, 2014. (URL 37)

Giriş kısmının hemen karşısında yer alan servis tezgâhı bölümünün üstüne Resim 77’de görülen asma kat yapılmıştır. Bu mekân içinde tıpkı kurulduğu dönem tasarımında olduğu gibi sadece mermer masalar ve Thonet No:14 ürünü kullanıldığı göze çarpmaktadır. Görece alçak olan tavan, parlak bir malzeme ile kaplanmış ve böylece mekân içinde farklı bir görsel etki verilmiştir. Cafe Dindurra, geçmişte ve yenilenen yüzüyle de iki caddenin köşesinde yer alan konumu, mekân içindeki sarkıt aydınlatmaları, kırmızı renkte tasarlanan sabit oturma birimleri, metal ayaklı mermer masalarıyla hizmetini sürdürmektedir.

Thonet No:14 sandalyenin mekân tasarımında tercih edilmesi, Viyana kahvehane kültürünün Madrid coğrafyasında yaşatılması ve ortak bellek oluşumuna direkt olarak etki ettiği sonucunu göstermektedir.



Resim 77.Cafe Dindurra asma kat (URL 39)

5.2.2 Sarafim Kahvehanesi; İstanbul

Kahve, Osmanlı Devleti'nin Mısır'ı fethinden sonra tüm dünyaya yayılırken, yaşama etkisi ve yarattığı kültür birçok coğrafyaya ulaşmıştır. Kahve için başlangıçta Türk şarabı yakıştırması yapılmıştır. Osmanlı döneminde farklı kahvehane türleri ortaya çıkmış, bir kahvehane kapanırken, diğer bir kahvehanenin kurulduğu izlenmiştir. Bu duruma pek çok örnek gösterilebilir. Osmanlı Devleti'nin başkentinde yoğun olarak kullanılan kahvehaneler arasında kendisine özel bir yer bulan “*Sarafim Kırathanesi*” olmuştur. Özellikle İstanbul'da bulunan kahvehaneler, insanların eğlence ve vakit geçirmek için toplandıkları, meslek odalarının faaliyetleri gibi farklı amaçlar için kullanılırken, Sarafim Kırathanesi'nin bu düzen içinde çok farklı bir konuma eriştiği gözlenmiştir. Sarafim Kırathanesi'nin 1857 yılında kurulduğu bilinmektedir. Ancak Kemalettin Kuzucu tarafından yapılan Hazine-i Evrak ilanları üzerinde yapılan incelemeler; kahvehanenin 1856 yılında Sarafim Efendi tarafından kurulmuş olabileceğini göstermiştir. Beyazıt Okçularbaşı Caddesi üzerinde kurulduğu aktarılan kahvehanenin, bu nedenle bir dönem “Okçularbaşı Kahvehanesi”, dikkörtgen

bir mekâna sahip olduğu için de başka bir zaman diliminde “Uzun Kahve” adıyla anılmıştır. Mekânın adı daha sonra Sarafim Efendi ile özdeşmiş ve kapanıncaya kadar böyle anılmıştır. Gazete ve dergilerin bulundurulduğu, arşivlerin saklandığı ilk kahvehane olması nedeniyle, “Kıraathane” olarak anılan ilk mekân olarak tarihteki yerini almıştır. Kıraathanenin gazete ve dergi bulundurma hizmetini gören ziyaretçilerin, bu yayınları okumaya başlamasıyla mekân bir okuma evi- kıraathane olarak ün yapmıştır. Mekânda bu işlevi ile zamanla yayıncı ve yazarların kitapları satılmaya başlamış, bir dönem kitap basımı da yapılmıştır. İstanbul’da açılan ilk kitapçı dükkânının 19. yüzyıl son çeyreğinde ortaya çıktığı, bu dönem içinde çıkan kitapların nargile ve kahvehanelerde misafirlere sunulduğu kabul edilirse, Sarafim Kıraathanesi’nin 40 yıl gibi bir süre hizmet verdiği söylenebilir.

Şekil 78’de giriş kısmının görülebildiği Sarafim Kıraathanesi’nin, üç katlı bir binanın zemin katında bulunduğu aktarılmaktadır. Kıraathane zamanla, İstanbul dışında yayınlanan gazete ve dergi gibi yayınların da hizmete sunulduğu bir yapıya dönüşmüş. Halit Ziya Uşaklıgil, anılarında Sarafim Kıraathanesi’nden bahsederken, orta bölümünde bulunan uzun dikdörtgen masanın üzerinde ve altında yığınlar şeklinde gazetelerin bulunduğunu, özellikle araştırma yapan kişilerin bu yayınlara başka bir yerden erişemediğini aktarmaktadır.



Resim 78.Sarafim Kıraathanesi, 1900’lü yıllar. Kahvehane kültürü, Ön Kapak Resmi

Bu anlamda mekân, eski gazetelerin saklanarak inceleme yapmak isteyenler için sunulduğu, kahve içerken aynı anda sohbet ortamı sunan hem kütüphanesinden hem de bu sosyal ortamından faydalanılan bir kültür noktası haline gelmiştir. Mekânda saklanan kitap, dergi, gazete vb. yayınlarının sayısının tam olarak bir envanteri bulunmamaktadır. Yanı sıra, Ali Canip Yöntem anılarında Sarafim Kıraathanesi ile ilgili olarak, en az 15 bin cilt kitap olduğunu, ancak bu yayınların akıbetinden haberdar olmadığını aktarmıştır (Sökmen, 2019, ss.57-59).

Bu mekânın müdavimleri arasında Ebuzyya Tevfik, Sadullah Paşa, Arif Hikmet, Namık Kemal gibi tarihi şahsiyetler öne çıkmaktadır (Yıldız, 2007, s.65). Araştırmanın bu bölümünde incelenen Sarafim Kıraathanesi, topluma yapmış olduğu kültürel hizmetin yanı sıra, mekân tasarımında kullanılan objeler ile de öne çıkmaktadır. Kıraathanenin Viyana kahvehane kültürünün ortaya çıkışında seçilen mekânların konumu, tefrişi ve yapmış olduğu kültürel hizmetlerin bir toplamı olduğu görülmektedir. Bu nedenle Sarafim Kıraathanesi'nin, Okçularbaşı Caddesi üzerindeki konumunun, Viyana kahvehane kültürü ile kesiştiği söylenebilir.

Ayrıca mekânın Resim 78'de görüldüğü gibi; büyük pencerelere sahip olması, Viyana kahvehanelerinde olduğu gibi mekânın içi ile caddenin doğal bir etkileşimde kalmasını sağlamaktadır. Kıraathane, ayrıca sahip olduğu yayın ve arşiv ile Türk tarihi ve araştırmacılar için ciddi önem taşımaktadır. Mekânın tefrişi için farklı kültürel objeler kullanılmış olsa da bu ürünler içerisinde en önemli detay Thonet No: 14 ürünleridir. Viyana kahvehane kültürünün en önemli kültür taşıyıcı unsuru olan Thonet No: 14 sandalyesinin İstanbul'a 1860-1930 yılları arasında ulaştığı görülmektedir. Kahvenin yüzyıllardır hüküm sürdüğü İstanbul'da, Viyana kahvehane kültürünün en kıymetli objesinin, bu özellikte bir kahvehanede kullanılıyor olması, Viyana kültürüne olan özentinin sonucu olarak görülebilir. Bu durum ayrıca, Viyana'da 1873'te kültür ve eğitim mottosu ile yapılan dünya fuarından sonra hem şehrin hem de o şehirde bulunan mekân ve objelerin tüm dünyaya yayıldığına göstergesi şeklinde değerlendirilebilir.

Bu nedenle, Viyana kahvehane kültürünün İstanbul'da tanınmasına, ortak bellek oluşumuna yaptığı eşsiz katkı ile kültürün yayılmasında Thonet No: 14 etkisi olduğu rahatlıkla söylenebilir.

5.2.3 Cafe Novedades; Florida

1890 yılında Ybor City kasabasında ilk açılan İspanyol restoranı olarak tanımlanan Las Novedades restoranı, Manuel Menendez tarafından kurulmuştur. İlk olarak İspanyol mutfağı ile hizmete başlayan kafe, daha sonra kahvehane hizmetine de sunmuştur (Novedades, 2021).

Resim 79 'da görüleceğı üzere, mekân içinde çok fazla bir süsleme ve işçilik bulunmamaktadır. Mekânın tavan kısmı kare formlar ve sarkıt aydınlatmalar ile öne çıkmaktadır. Cafe Novedades' in sıcak iklime sahip Florida kıyılarında olması, tavan vantilatörü kullanımını zorunlu kıldığı anlaşılmaktadır. Zemin için herhangi bir desen veya doku hissi algılanmakla birlikte, beton nevi bir kaplama olduğu anlaşılmaktadır. Duvarlarda hiçbir tablo, yazı veya başka bir dekoratif obje görülmezken, zeminden yaklaşık 90-100 cm yüksekliğinde başlayan ve yaklaşık 150-160 cm yükseklikte son bulan ayna ile mekânın duvarları kaplandığı görülmektedir. İlerleyen dönem içinde mekânın tasarımında duvarların daha fazla resim ve tablo ile donatıldığı gözlemlenmiştir.



Resim 79. Cafe Novedades, 1929. (URL 40)

Bu mekân için en kritik nokta; 1929 yılında büyük buhran ile başlayan küresel kriz dönemi de dahil olmak üzere, kahvehane tasarımının en önemli ögesi olan Thonet No:14'ün devamı olan Thonet No:18 sandalyeden oluşurmasıdır.

1940'lı yıllarda çekilen Resim 80'de, mekân içinde kahvehane ve restoran hizmetinin beraber yürütüldüğü, oluşturulan bölümlerde mermer masalar ve Thonet No:14 ürünlerin üzerlerinin örtü ile kaplandığı görülmektedir.



Resim 80. Cafe Novedades, 1940. (URL 41)

Detaylar içerisinde durulması gereken en önemli unsur, Thonet No: 14 ve onun devamı niteliğindeki Thonet No:18'in kullanılması ve tüm dünyaya yayılan Viyana kahvehane kültürü içerisinde bu ürünün özgünlüğü ve başarısıdır.

5.3 Günümüz Kafe Tasarımlarında Viyana Kafe Kültürü Oluşumu ve Thonet No: 14 Etkisi

Günümüz toplumları için gelişen sosyal olanaklar, ulaşım ve iletişim seçeneklerinin yanında, geçmişte olduğu gibi güncel zamanımızda yoğun olarak kafe ve kahvehanelerin kullanıldığını görmekteyiz. Bu mekânlar; geçmişte olduğu gibi günümüzde de insanların görüştüğü, vakit geçirdiği, eğlence ve internet araçlarından faydalandığı, iş toplantı ve görüşmelerinin yapıldığı yerler olma özelliğini korumaktadır. Mekânların çeşitliliği onları tercih eden insanların beklentisi ile şekillenirken, bu çeşitlilik aynı kültür içinde dahi çok farklı konumlara erişmiştir. İç mekân tasarımları için birçok farklı seçenekler bulunmasına rağmen Thonet ürünleri özelinde Thonet No:14 sandalye en çok tercih edilen ürün olmuştur. Orijinal tasarımı ile üretilmeye ve tasarımlarda kullanılmaya devam edilen Thonet No:14 sandalyenin, geçmişte olduğu gibi günümüzde de kopyaları üretilmekte ve satılmaktadır. Michael Thonet'in dediği gibi “Eğer üzerinde Thonet yazmıyorsa o Thonet değildir” sloganı

günümüzde de geçerliliğini korumaktadır. Thonet firmasının farklı ülkelerde üretimine benzer isimlerle devam etmesine karşın, model ve teknik aynı şekilde korunmuş ve devamlılık sağlanmıştır. Özellikle No:14 modelinin marka için değeri o kadar büyük olmuştur ki, silueti firma logosuna ekleme gereği görülmüştür. Bu başlık altında, TON firmasının referansları içinden Thonet No:14 ile tasarımı yapılan kafe mekânları *The Herbalist Pub Club*, *Pastry Shop Myšák*, *Hawker Hall* ve *Puri Guliani* analiz edilmiştir.

5.3.1 The Herbalist Pub Club, Birleşik Krallık

The Herbalist Pub Club; İngiltere'nin Maidstone şehir merkezinde 2018 yılında Martial Chaussy tarafından tasarlanmıştır. Resim 81'de görüldüğü üzere, Pudding Ln caddesi ile High caddesinin kesiştiği köşede yerini alan kafenin konumu, Viyana kahvehane kültüründe görmeye alışık olunan iki caddenin kesiştiği konumda kurulma fikri ile paralellik göstermektedir.



Resim 81. The Herbalist Pub konumu (URL 42)

The Herbalist Pub'ın dış mekânı hakkında tur gezilerinde elde edilen bilgiler Resim 82'de görülmektedir. Pub'ın klasik süslemelerden küçük örneklerin sunulduğu, klasik yapıya sahip bir binanın zemin katında hizmet verdiği görülmektedir. Giriş kapısının Pudding Caddesi bölümünde konumlandığı ve cephe üzerinde "Herbalist" ismine atıf yapacak şekilde bitki yaprakları ile bir tasarım yapıldığı dikkat çekmektedir.

Pub-Club'ın içinde bulunan binanın alt katındaki pencerelerin, binanın neredeyse tüm cephelerini kapladığı, dış cephede pencere arasında kalan kolon bölümlerinin ahşap malzeme ile kaplanarak daha doğal bir görüntüye erişilmeye çalışıldığı izlenimi edinilmektedir.



Resim 82.The Herbalist Pub- Club dış cephe (URL 43)

The Herbalist Pub- Club'ın, pencere çerçevelerinin mint rengi ile boyanması, toplam tasarımda yeşil, doğa ve doğallık temasının bir mesaj çabası olarak değerlendirilmiştir.



Resim 83.The Herbalist Pub tavanları. (URL 44)

The Herbalist Pub-Club'ın tercih edilmesi, TON firmasının resmî sitesi aracılığıyla olmuştur. Bir diğer detay ise; Club'ın, 2019 yılında tavan kısmında yapılan özel tasarım nedeniyle “*Restaurant & Bar Design Awards*” ödülünü kazanmasıdır. Viyana'nın en köklü kahvehanelerinin iç mekânları incelendiğinde, geçmişte ve günümüze kadar ulaşan bazı örneklerinde, tavan süslemeleri ve tavan formları dikkati çekmektedir. Örneklerde; özellikle klasik ve barok tarzda inşa edilen mekân tavanlarındaki süslemelerin ihtişamı dikkat çekmektedir.

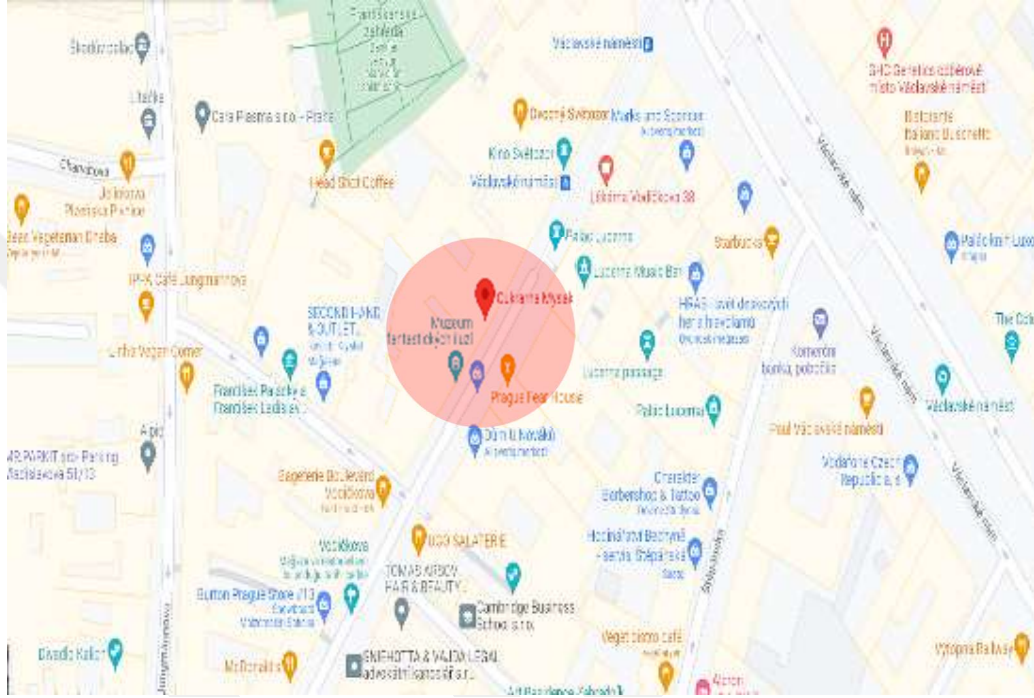
Tıpkı bu mekânlarda yapılan tavan süslemelerinde olduğu gibi The Herbalist Pub- Club'ın tavanında yapılan cam boyama ve alçı işlemeli kare formlu kabartma tavan uygulaması da eşsiz bir tasarım olarak tescillenmiştir. Resim 83'te görülebilen detaylar, mekânın doğal ve özel tasarımına benzersiz katkı sağlamaktadır. Mekânın diğer dekoratif unsurları incelendiğinde; zeminde balıksırtı ahşap parke uygulandığı anlaşılmaktadır. Bu anlamda, günümüzde Viyana'da hizmet veren kahvehanelerin büyük çoğunluğunun zemin seçiminin balıksırtı parke olduğu da söylenebilir. Resim 84'te, Viyana kahvehane kültürünün en bilinen ve kültürün taşınmasında başat olan Thonet No:14 objesinin mekânda kullanıldığı görülmektedir. İngiltere'de coğrafyasında Thonet No:14 sandalyenin güncel tasarımları kafe tasarımlarında kullanılması, onun eşsiz katkısını gözler önüne sermektedir.



Resim 84. The Herbalist Pub Club, iç mekân, 2018.(URL 45)

5.3.2 Pastry Shop Myřák, Prag

Pastry shop Myřák şekerlemeci olarak 1911 yılında kurularak hizmete girmiştir. Yapmış oldukları eşsiz şekerlemeler sayesinde oldukça meşhur bir firmaya dönüşen Pastry shop Myřák; farklı gelişen siyasi iklim sonucunda farklı süreçler yaşamak zorunda kalmıştır. Kurulduğu konumda Vodiřkova, Praha, Āekya adresinde günümüzde de hizmet vermeye devam etmektedir.



Resim 85.Pastry shop Myřák konumu. (URL 46)

Resim 85’de görülen konumu ile ana caddede üzerinde bulunan bir binada zemin ve 1. Katında hizmet vermektedir (Myřák, 2019). Bu binanın 2007 yılında yapılan iyileştirme çalışmaları sırasında büyük kısmının çktğu ancak zemin katı ve giriş bölümünün kurtarıldığı aktarılmaktadır. Myřák pastane veya şekerleme şirketi binasının Vodiřkova caddesi üzerinde olduğu, zemin katta misafirler için sunum yapılan tezgâh ile kısa oturumlar için tasarlanan masa sandalye ürünleri bulunduğu görülmektedir. Mekânın adının, girişindeki küçük vitrin üzerinde yazılı olması, ilk bakışta algılanmasını zorlaştırmaktadır. Ayrıca st kısımdaki balkon ıkıntısıyla, giriş kısmının daha belirsiz hale geldiği gözlenmektedir. Giriş bölümü, Viyana kahvehaneleri tasarımlarında görülen örnekleri yansıtılmaktadır.

Resim 86’da görülebileceği üzere; mekânın duvar ve tavanlarına boydan boya işlemeli alçı şeritler uygulanmıştır. Cephelerdeki niş bölümler, aynalı sergi rafları ve etrafı ahşap işlemeli dolaplar ile süslenerek, sıcak bir atmosfer oluşturulmuştur.

Mekânın zemin kaplamasında hareketli desenler kullanılarak hoş bir ortam yaratılmıştır. Bu mekânda da Viyana kahvehane kültürünün en önemli unsurlarından olan döküm ayaklı mermer masa ve kültürün oluşumunda önemli bir yeri bulunan Thonet No: 14 sandalye öne çıkmaktadır.



Resim 86. Myşák giriş bölümü (URL 47)

Resim 87’de görüleceği üzere, girişin hemen karşısında müşterilere karşılama ve satış hizmeti verilen kenarları oval ahşap kaplamalı bir banko bulunmaktadır.



Resim 87. Myşák Giriş satış bankosu (URL 48)

Bu bankonun ardından, üst kata çıkışı sağlayan, kenarları işlemeli merdiven dikkat çekmektedir. Mekânın, toplam 100 kişilik oturma kapasitesine sahip olduğu şirketin aktardığı bilgiler arasındadır.



Resim 88.Myşák 1. Kat (A) (URL 49)

Mekân, çoğunlukla, Resim 88 ve Resim 89’da görüleceği üzere Thonet No: 14 sandalye ile tefriş edilmiştir. Mekânın birinci katında, farklı kahvehane kültürü



Resim 89.Myşák 1. Kat (B) (URL 50)

objelerinden biri görülmektedir. L planlı bir oturma için planlanan ve tefrişi dikkat çeken bu kat, banko karşısında bulunan küçük bir mekân ile misafirlere hizmet vermektedir. Resim 89’da görüldüğü gibi; Caddeye bakan mekânın içerisinde, uzun bankonun karşısındaki duvarda, derinlik yaratmak için Viyana kahvehaneleri benzeri büyük boyutlu aynalar kullanılmıştır. Tavan, duvar ve zeminlerin işlemez mat yüzeyleri mekâna sadelik katmıştır. Myšák mekânının en tarihi objesi, kurulduğu yıl olan 1911’den sonra yaşanan olumsuzluklara karşın, bugün hâlâ tasarımda kullanılan Thonet No:14 sandalye olmuştur.

5.3.3 Hawker Hall- Windsor, Avustralya

Hawker Hall, 2015 yılında “*design–eades bergman*” tasarım firması tarafından tasarlanmıştır (Ton, 2021). Mekân, Avustralya’nın Windsor şehrinde, 98. Chapel Caddesi üzerinde, 98 numarada hizmet vermekte olup, Resim 90’daki görselden de anlaşılacağı üzere, şehrin hareketli bir caddesi üzerine konumlanmıştır.



Resim 90. Windsor caddesi (URL 51)

Farklı bir kıta üzerinde ve farklı kültürel kompozisyonların olduğu bu kentte, Viyana kahvehanelerinde bulunan bir mimari bütünlük veya üslup izlenmemektedir. Dış ve iç mekânda tasarıma dair fikir oluşturacak bir ayrıntı algılanamasa da Hawker Hall işletmesinin Resim 91’de görülen iç mekân fotoğrafı ile bir değerlendirme yapılması mümkün olmaktadır. Dikdörtgen bir formda inşa edilen mekânın, tavanının endüstriyel bir çatı formatında inşa edildiği, aydınlatma armatürleri ve havalandırma

menfezlerinin açık bırakıldığı anlaşılırken, bu unsurlar mekân tavanı üzerinde açıkta uçan objeler hissi uyandırmaktadır.



Resim 91.Hawker Hall iç mekânı (URL 52)

Mekân duvarları daha önce görmeye alışık olmadığımız krem ateş tuğlası şeklinde inşa edilmiş, cephesi ve görüntü üzerinden yapılan incelemede, yapının metal konstrüksiyon bir şasi ile oluşturulduğu, düşeyde görünen kolon benzeri çıkıntıların ise bu konstrüksiyon elemanlarının etrafının tuğla ile sarılması sonucunda oluştuğu anlaşılmaktadır.

Tavan ve duvarlarda yapılan bu endüstriyel inşa uygulaması, zemin kaplaması sırasında izlerini göstermektedir. Ahşap parke uygulamasının yapıldığı zeminde, belli bölümlere beton hissi veren döşemeler yapılmıştır. Resim 92’de görüleceği gibi Zemin döşemesinde uygulanan farklı malzeme geçişiyle mekân içinde bölümler yaratılarak, tasarımda endüstri ve doğal arasındaki zıtlık aktarılmıştır.

Bu mekânın incelenmesindeki en önemli neden; farklı kıta ve kültüre sahip bir coğrafyada kurulmuş olmasının yanı sıra, farklı bir mimari üsluba sahip tarzda, modern malzemelerle yapılan inşaat tekniğine sahip olmasıdır. Mekân her ne kadar Viyana kahvehane kültürü ile zayıf bağlantılar içeren bir düşünce ile tasarlanmış olsa

da bu kültürün oluşumunda ve yayılmasında örnek ve en önemli tasarım ögesi olan Thonet No: 14'ün tefrişte tercih edilmesi dikkat çekicidir. Thonet No: 14, mekânın bir kültür ile sembolik ilişki kurmasını sağlamıştır.



Resim 92.Hawker Hall iç mekân 2 (URL 53)

5.3.4 Puri Guliani, bakery – Tiflis

Gürcistan'ın başkenti Tiflis'te 2018 yılında Esmâ Khetsuriani ve Lali Papashvily tarafından tasarlanmıştır. Fırın ve pastane işlevi ile yola çıkan, yanı sıra insanların hoş zaman geçirmesi için tasarlanan mekân, günümüzde hala hizmete devam etmektedir (Ton, 2021).

Mekânın, Kura nehri kıyısında, Noe Jordania Bank caddesi üzerinde Resim 93'te görülen yerde, yeni bir planlama ile inşa edildiği anlaşılmaktadır. Binanın dış cephesinin modern görüntüsü, kullanılan cam cephe uygulaması, bitişik yapı kompleksi ile olan dil bütünlüğü dikkat çekmektedir.

Resim 94'te yer alan kırmızı tuğla ile kaplanmış dış cephesi, gizli çatı uygulaması ile bulunduğu çevredeki yapılarla olan ilişkisi bağlamında incelendiğinde; yeni bir yerleşim alanı içinde olduğu anlaşılmaktadır.



Resim 93. Puri Guliani konumu. (URL 54)

Tasarımı fırın- kafe konsepti üzerine şekillendirilen mekânın dış cephesinden, pencere içinde görülen kayıt seviyesinde, L formunda mekânı çevreleyen asma kat veya geniş iç balkon uygulaması bulunmaktadır.



Resim 94. Puri Guliani dış mekân (URL 55)

İçinin farklı yükseklikte algılanmasının sağlanması, nehir kıyısındaki manzarası mekânı oldukça farklı kılmıştır. Resim 95'te görüldüğü üzere, metal konstrüksiyondan inşa edilen iç balkon üzerinde sandalye ve masalar tefriş edilmiştir. Bu uygulama ile mekânın her konumunda eşsiz bir seyir şansı yaratılmıştır.

İç mekân düzeni ve tasarımı incelendiğinde; tavanlarda kullanılan malzemeler, brütalizm ve modernizm etkisiyle doğal haliyle bırakılmıştır. Tavan tasarımında havalandırmalar, yangın söndürme hatları, elektrik tavelarının gizlenmediği, kullanılan materyallerin bir başka kaplama malzemesi kullanılmadan bırakıldığı görülmektedir.



Resim 95.Puri Guliani, bakery (URL 56)

Mekân içinde cephelerin büyük bölümünün cam olduğu görülmektedir. Mekânın giriş bölümündeki zeminlerin iki farklı mozaik zemin şeklinde uygulandığı ve aralarında derz çizgileri bırakılarak hatların belirginleştirildiği görülmektedir. Resim 95'te görülen iç balkon uygulamasında ise çelik iskelet yapının, mekânın konsepti için belirlenen doğal ürünlere bir gönderme şeklinde, açık yeşil renkte boyandığı dikkat çekmektedir. İç balkon zeminlerinde ahşap parke uygulaması ile metal ile ahşabın uyumu yakalanırken, mekân içindeki soğuk ve endüstriyel tasarım yaklaşımında sıcak bir dokunuş yakalanmıştır. Resim 95'te görülen sekiz kollu pirinç aydınlatma elemanları kalite algısını yükseltmektedir.

Pirinç malzeme ve kaplama detayları, kolonda kullanılan aynalarda da görülmektedir. Viyana kahvehane kültüründe mekân tasarımında önemli bir öge olan aynaların, bu mekân içinde sadece tasarım zenginliği için kullanıldığı düşünülebilir.



Resim 96.Puri Guliani iç mekân (URL 57)

Resim 96’da iç balkondan mekânın merkezine doğru görülen iç mekân tasarım unsurları, Viyana kahvehane kültürüne ait modern eğriltileme niteliğindedir. Mekânı ikiye ayıran bir düşünce ile konumlanan sabit oturma birimleri, lacivert kumaş ile döşenirken, dış kenarları ahşap kaplama ile işlenmiştir. Sabit oturumların önünde mermer tablalı masalar ile bir konsept oluşturulurken, mekânda yoğun Thonet katalog ürünleri kullanılmıştır. Orta alanda daha çok Thonet No:14 ile bir tasarım ortaya konulmuştur. Mekânın Thonet ürünleri ile iç mekân tasarımının uygulanması, mermer masaların mekânda her konumda kullanılması, pencerelerin nehir manzarası ile buluşması, ayna kullanımı ile tasarımının Viyana kahvehane kültürünün modern yorumu olduğu addedilecektir.

SONUÇ

Toplumların geçmişine ışık tutan, bir arada yaşamasını sağlayan yapı harcı kültür olmuştur. Belirli bir toplum içinde yaşamlarını sürdüren bireylerin kültürel göstergeleri olan nesnelere, kavramsal karşılığını ve sahip oldukları kültürel kodların nasıl çözümleneceği, o kültür içindeki insanların yaşam biçimi ve kimliği hakkında bize bilgi aktarmaktadır. Endüstri Devrimi ile toplum içinde ortaya çıkan toplumsal sınıf ve statü kavramları ve bu sınıflara ait yaşam biçimleri, toplumsal anlamlandırmaları, insanların kimlikleri üzerinde derin bir ayrım yaşanmasına neden olmuştur. Endüstri Devrimi'nin temelinde ortaya çıkan hammadde ve yeni kıtaların keşfi, insanların hayatına yeni ürün ve materyalin entegre olması ile sonuçlanmıştır.

Günümüzdeki ticaret savaşlarının odağında yer alan petrolden sonra ilk sırada yer alan kahve bitkisi, toplumlar ve onun parçası olan insanların hayatlarına etkisi düşünülen çok daha fazla olmuştur. Kahve, Osmanlı Devleti'nin 1517 yılında Mısır'ı fethetmesinin ardından, Osmanlı ile anılan bir içecek haline almıştır. Osmanlı Devleti'nin ilk dönemlerinde kahve çekirdeklerinin üzerinde çok fazla durulmazken, daha sonra toplum içindeki teveccüh çok hızlı yükselmiştir. 1554 yılında İstanbul'da açılan kahvehane ile kahve kendisine mekân bulmuştur. İstanbul'a ulaşan kahvenin bu geçen zaman içinde Venedik ve diğer sömürgeci ülkelerin dikkatini daha önce çektiği de görülmüştür. Kahve çekirdekleri; Portekizli, Venedikli, Hollandalı, İspanyol tacirler veya bağımsız korsanlar aracılığı ile dünya ticaretinde baskın hale gelmeye başlamıştır. Kahvenin bu ekonomik değerinin anlaşılması üzerine Osmanlı Devleti çeşitli yasal düzenlemeler ile ticareti kontrol etmeye çalışmıştır. Ancak kahve ve bitkisi, kaçak yollarla dünya üzerinde hızla yayılmış ve bunun sonucu olarak büyük bir ekonominin ortaya çıktığı görülmüştür.

Kahve çekirdekleri ile küresel anlamda büyük bir ekonominin temeli oluşurken, toplumsal hayatta daha büyük ve olağanüstü bir değişime de kapı aralamıştır. Kahvenin modern toplum hayatında temasta bulunmadığı bir alan neredeyse kalmazken, bu durum *“eğer kahve olmasaydı bildiğimiz Dünyanın olmayacağı”* sloganı ile özetlenebilecektir. Kahvenin insan ve toplumların hayatına dokunduğu ilk temas noktası çalışma hayatı çerçevesinde olmuştur. Kahve insan zihnini açması, zindelik ve dinçlik vermesi nedeniyle günümüzün mottosu olan *“vakit nakittir”* kalıbını ortaya çıkarmıştır. Berrak bir zihin ile ticaret yapanların para

kazandığı bir çalışma kültürünün doğmasına neden olan kahve, değişimlerin odağında yerini alırken, bir başka önemli değişimi insanların beslenme davranışı üzerinde görülmüştür. Üretimin yoğun baskısı altında ezilen işçi sınıfının, beslenme için yeterince zaman ve para ayıramaması sonucu, bu toplum sınıfında yoğun kahve kullanımına neden olmuştur.

Benzer şekilde Avrupa'da bulunan bazı fabrikaların, emeğin karşılığı olarak işçilere ödemeleri kahve çekirdeği ile yaptığı görülmüştür. Uygulamanın devam etmesi, işçi sınıfının bir dönem yoğun bir şekilde kahve tüketmesine ve yetersiz beslenmesine neden olmuştur. İşçiler, ortaya çıkan yoğun üretim baskısı ve hız odaklı üretim süreçleri nedeniyle, 14-16 saati bulan mesailerle çalışmaya zorlanmıştır. Uzun çalışma süreleri, işçilerin yemek hazırlamaya ve tüketmeye zaman bulamamasına, daha önce beşe kadar ulaşan öğün sayılarının, üçe, hatta ikiye düşmesine neden olmuştur. Öyle ki; oldukça önem taşıyan başlangıç öğününde tüketilen çorbanın yerini bile kahve almıştır. Kahve, insanların hayatlarına sadece fiziksel olarak dokunmakla kalmamıştır. Örneğin; günümüzün vazgeçilmezi olan sigortacılık sektörünün ortaya çıkması, dönemin girişimci bir kahvehane işletmecisi sayesinde olmuştur. Benzer şekilde kargo ve taşımacılık iş kollarının ortaya çıkmasında kahve etken olmuş ve dünya üzerindeki taşımacılık ve kargo hizmetleri için kahvehaneler kullanılmıştır. Kahvenin hayatımıza getirdiği ve tüm hayatımızı şekillendiren en önemli katkısı, iletişim alanında olmuştur. Kahvehanelerin yoğun iletişim noktası olarak kullanıldığı, insanların toplum ve devlet düzeni hakkında münazara ettiği, tartıştığı, gündelik olayları takip ettiği süreç, gazetenin doğuşuna neden olmuştur. Örneğin Almanya'da 1887 yılında yaklaşık 6500 gazetenin yayınlandığı düşünülürse, kahvehanede yaşanan haber tüketimi daha net anlaşılmaktadır. Haberlerin bu şekilde hızlı tüketilmesi sonucu gazete baskıları konusunda ilginç bir süreç yaşamıştır. Gazete bulunan kahvehanelerin yanı sıra kendi gazetesi yayımlanan kahvehanelerde, sabah ve öğlen baskısı yapılarak haberler sürekli güncellenmiş ve toplumda beklenen iletişim arzusuna ayak uydurulmuştur.

Kahve, sadece kurumların değil aynı zamanda devletlerin kuruluşunda da etkin rol oynamıştır. Fransa'nın İngiltere'ye karşı başlattığı savaş sonunda, İngiltere'nin, Amerika kıtasında bulunan sömürgelerinden aldığı vergileri sürekli arttırması, Kuzey Amerika kıtasında (günümüzde Amerika Birleşik Devletleri sınırları içinde) bulunan 11 eyaletin başkaldırması ile ayaklanmalara neden olmuştur.

Yayılan direniş günümüzün en güçlü devleti olan Amerika Birleşik Devletleri'nin kurulması ile sonuçlanmıştır. Ayrıca bu dönemde çay içmek, İngiltere'yi desteklemek anlamına gelen bir davranış olarak algılanmıştır.

Kahvenin toplum içinde etkileşim ve iletişimin odağına yerleşmesi yönetici ve idarecileri rahatsız etmiş, bu durum karşısında sert ve ilginç tedbirler alınmaya çalışılmıştır. Bu tedbirler, kahvenin serüvenine başladığı Osmanlı Devleti'nde, idareye ve padişaha karşı dedikoduların artması ve toplumsal muhalefetin oluşmasından rahatsızlıktan dolayı alınmıştır. Bu anlamda, kahvehanelerin kapatılması, yıkılması, söylenti ve dedikodu yapan kişilerin idamı gibi uç sınırlara kadar ulaşan tedbirler uygulanmıştır. Avrupa kıtasında ise kontlar, prensler vb. yöneticiler buna benzer nedenler ile kahve içilmesini yasaklamış, yüksek vergi uygulamış. Çeşitli kısıtlamalara karşın, yasaklar toplumda herhangi bir karşılık bulmamış ve uzun soluklu olamamıştır. Kahvenin yasak ve vergi ile engellenmesi çabalarının boşa çıkması ile Osmanlı'da fetva yolu denenmiştir. Kahvenin dinen caiz olmadığı, kömürleşinceye kadar kavrulmasının günah olduğu fetvalarına karşın, toplumdaki kahve tüketimi arzusu azalmamıştır. Avrupa'da kahvenin ticari yönünü gören kimi eczacı ve doktorun, kahve çekirdeği ticareti için ruhsat alamaması sonucu, kahvenin erkeklerde kısırlık yaptığı ve cinsel yönden güçsüz kıldığı ile ilgili söylemleri de kahvenin tüketiminde bir gerileme yaratmamıştır. Kahve insanların hayatını derinden etkilerken, endüstriyel üretim ile kahvenin iç içe girdiği, endüstrinin yenilikleri beraberinde getirdiği bir süreci de başlatmıştır. Kahvehanelerin bu denli yoğun kullanılması ve hızla yenilerinin kurulması dönemin marangozu olan Michael Thonet için dönüm noktası olmuştur. Küçük bir marangoz olan Thonet, başlangıçta Avusturya prensi ve diğer şehirlerde bulunan kont vb. insanların sarayları için yoğun ahşap uygulamalar yapmıştır. Thonet, ilerleyen zaman diliminde bu yoğun emek üzerine kurulu üretim yerine seri ve sürekli imalat yapabileceği bir ürün geliştirmeye karar vermiştir. Önceleri Biedenmeir sandalyeleri yapmak için yola çıkan Michael Thonet, imalatta yaşadığı aksaklıklar için çözüm arayışına başlamıştır. Yaptığı araştırmalar ve denemeler sonunda yapmak istediği bükme ahşap ürünlerin; üst üste yapıştırılan şeritlerle, lamine tekniği kullanılarak, nem veya sıcak hava buharı muamele edildiğinde yumuşadığını keşfetmiştir. İlerlettiği çalışmalar sonucunda keşfettiği yöntem ile buharla muamele edilen ahşabın bir çelik şerit vasıtasıyla kalıpta bükülerek ahşabın limitlerinin çok üstünde daha estetik ve yeni ürünler yapabileceğini görmüştür.

Thonet, geliştirdiği teknikle ürettiği, tasarladığı sandalye ve diğer mobilya ürünlerle fuarlara katılmış ve büyük bir şöhret yakalamıştır. Daha sonra ürettiği No:4 modeli ile Viyana'daki Daum Cafe 'de kullanılmıştır. Bu mekân Thonet rnlerinin kullanıldığı ilk kamuya açık mekân olmuştur. Ortaya çıktığı dönem için oldukça yenilikçi olan Thonet rnlerinin tanınması ve kullanılmaya başlaması giderek artan bir talebi de ortaya çıkarmıştır. Bir rivayete göre; Michael Thonet, 1859 yılında Hannover'de bir şato için dünya endüstriyel mobilya tarihine geçen Thonet No: 14 sandalye modelini tasarlamış ve üretmiştir. Thonet No: 14, ilk endüstriyel mobilya unvanını 1860-1930 yılları arasında almıştır. Tasarımın 50 milyon satılması gibi müthiş bir satış rekoru kırmamasının nedeni ise tasarımı sayesinde 1m³ içine 32 adet sandalyenin sığdırılması düşüncesindedir.

Michael Thonet mobilyaları, kahvehanelerin inanılmaz sayılara ulaşmasıyla ortaya çıkan yoğun mobilya talebinin sonucu müthiş bir gelişme göstermiştir. Thonet firmasının, 1876 yılında 500 bin mobilya parçası üreterek Avrupa pazarının hâkimi konumuna geldiği görülürken, bu üretim sadece Avrupa kıtası içinde tüketildiğini düşünmek eksik bir yaklaşım olacaktır. Thonet firmasının, ilk siparişini Güney Amerika'ya yapması, dünya üzerinde yoğun bir talebin ortaya çıktığının göstergesidir. Kahvehanelerin tefrişinde Thonet rnlerinin tercih nedenlerine bakıldığında; uygun fiyat, dayanıklılık, sürekli temin edilebilirlik, ergonomik oluşu ve insanların bu ürünü kullanırken duydukları mutluluk olduğu görülmektedir. Ayrıca kahvehanelerin i mekân tasarımında meydana gelen bu rastlantısal birliktelikte; yeniliğin, modern olmanın, zarafetin, teknolojinin yansıması olan Thonet No:14 olmaması düşünülemezdi. Thonet No: 14 sandalyenin tercih edilmesindeki en önemli etkenin fiyat olduğunu görülmektedir. retildiği dönemin ekonomik koşulları üzerinden yapılan incelemede; Thonet No:14'n, 32 adet yumurta fiyatına veya bir litre orta kalitede şarap fiyatına satıldığı bilinmektedir. Bu gerçek, ürüne tüm gelir gruplarındaki insanların veya kahvehane sahibi herkesin kolaylıkla erişmesini sağlamıştır. Thonet No:14 sandalyenin kahvehane mekânları arasında yaygınlaşmasının nedenlerini dört başlık altında toplamak mümkün olacaktır. İnsanların tercihini etkileyen bir başka faktörün, ürünün yenilikçi bir tasarım olmasındandır. Tasarlandığı dönem mobilyalarına bakıldığında; mobilya parçalarının birbirine tutkal veya başka bağlantı yöntemleri ile birleştirildiği, böylece hareketli olan mobilya nesnesinin, hantal ve mimarinin sabit unsuruna dönüştürüldüğü görülmektedir.

Thonet No:14 sandalyenin 6 adet demonte parça ve 10 adet vida ile montaj yapılabilecek şekilde üretilmesi, endüstriyel üretim tekniği olarak zamanın çok ötesindedir. Zamanı mekâna bölen üretim yöntemi, ara ve son ürün depolanması, taşınması aşamalarında sunmuş olduğu avantajlar sonucu düşük maliyetlere üretilmesine ve ulaşılabilir fiyatlara satılmasını sağlamıştır. Bu özelliği ile Thonet No:14, ilk düz paketlenen mobilya olarak endüstriyel mobilya tarihinin başlangıç noktası kabul edilmektedir. Ürünün imalatında kullanılan ve Michael Thonet tarafından geliştirilen teknik, üzerinden 160 yıl gibi bir süre geçmesine karşın, hâlâ iyisinin yapılamadığı bir üretim tekniği olması açısından eşsiz ve inanılmaz yenilikçidir. Basınçlı bir kazanda buhar ile ısıtılarak gevşetilen ahşaptan üretilen Thonet No:14 modeli, o zamana kadar görülen en yeni ve geleceğe ışık tutması açısından modern ve yeni dünyanın tanımına dair müthiş bir örnek olmuştur. Kahvehane mekânlarında tercih edilmesinin ardındaki bir başka nedenin estetik tasarımı olduğu söylenebilir. Tasarımındaki eşsiz kıvrımların birbiri ile müthiş uyumu, insanların yoğun olarak kullandığı kahvehanelere yeni bir estetik kavramı getirmiştir. Sandalyenin, tasarımında kullanılan ergonomik ölçüleri sayesinde farklı oturma şekillerinde kullanılmasına izin vermesi ve uzun sohbetler için kahvehane oturumlarında insanların kullanmaktan mutlu olduğu bir ürün olduğu anlaşılmaktadır. Kahvehane mekânlarının mimari planları incelendiğinde, ürünün, sabit oturmaların yanında, fazla miktarda sandalye kullanım talebine uygun olduğu anlaşılmaktadır.

Kahvehanelerin yoğun misafir ve kullanıcı trafiği göz önüne alındığında ürünlerin oldukça dayanıklı ve uzun ömürlü olması beklentisi yanlış olmayacaktır. Thonet No:14'ün imalat tekniğinin aynı ahşabın aynı kesitteki mukavemetinden kat ve kat daha fazla dayanım sunması, ürünün oldukça dayanıklı ve uzun ömürlü olduğunu göstermekte ve kahvehanelerin ürün tercihinde öne geçmesine neden olmuştur. Aynı zamanda Thonet No:14 sandalyenin 160 yıl gibi bir süredir aynı form ve kalitede üretilebiliyor olması da onun devamlı olarak erişilebilir bir ürün haline gelmesini sağlamıştır. Bu özellik sürekli tedarik imkânı olan zamansız bir ürün haline gelmesinin de önünü açmıştır. Thonet No: 14 ile tefriş edilen Viyana kahvehaneleri; 1873 yılında yapılan sloganı “Kültür ve Eğitim” olan Viyana Dünya Fuarı'nın gerçekleştiği dönemde, yoğun ziyaretçi trafiği yaşamıştır. Bu önemli fuar sayesinde ziyaretçiler, Viyana kahvehanelerini daha yakından tanımış, mekânların yaşam pratikleri deneyimlenmiş ve kültürün eşsal davranışına katılma fırsat bulmuştur.

Gelen misafirler bu mekânları deneyimlemiş, zaman olarak tüketmiş ve mobilyaları kullanmıştır. Kültürümüzde “bir fincan kahvenin kırk yıl hatırı vardır” atasözü sanki tüm dünyadaki tezahürü şeklinde kültürün yayılması için bir metafor olarak kullanmak yanlış olmayacaktır.

Bu eşsiz fuarı izleyen yıllarda benzer özellikte kahvehanelerin çeşitli kültürlere ait coğrafyalarda ortaya çıkmasına, mermer masaları, aynaları, gazete ve dergi bulundurmaları gibi özelliklerinin yanına Thonet No: 14 sandalyenin Viyana kahvehane kültürünün bir imgesi haline dönüştüğü düşüncesi ön plana çıkmıştır. Bu düşünce perspektifinde, 1860 ile 1930 yılları arasında kurulan kahvehanelerin iç mekânlarında, birbirinden farklı tasarım dili kullanıldığı ve klasik, neo klasik veya modern mekânların bazı ortak yönleri ile kesiştikleri anlaşılmıştır. Bu mekânların neredeyse tamamı Viyana kahvehanelerin şehir konumu tercihinde bir ölçüt olan iki caddenin birleştiği köşede kurulduğu görülmüştür. Konumun vermiş olduğu avantaj ile “L” yerleşim planına sahip, her iki caddeye hâkim, görsel teması arttıran büyük pencerelere sahip olmaları, mekânların cazibesini arttıran bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Paris’te bulunan “Cafe Procope” un mekân tasarımında lüks göstergesi olarak aynalar kullanması daha sonra kalite ve şatafat tarif etmek için en üst seviyeye taşınmıştır. Aynalar, ışığı mekânın her tarafına aktarmanın yanı sıra ziyaretçilerin kimseyi rahatsız etmeden kahvehane içini gözlemlene şansı sunmaktadır.

Kahvehanelerin en belirgin ortak özelliklerinden biri Thonet ürünlerinin kullanılmasıdır. Bu ürünler arasında en belirgin olan ve adı tüketici sandalyesi olarak da anılan Thonet No:14 sandalye modeli olmuştur. 1800’lü yıllarda kurulmuş olup günümüze ulaşmayı başaran kahvehanelerde, bir endüstriyel miras olarak da kabul edilebilecek bu kültür objesinin hâlâ kullanıldığı, yeni üretilen sandalyeler ile hizmet vermeye devam ettiği anlaşılmıştır. Avrupa, Amerika veya farklı bir coğrafya üzerinde 1860’lı yıllarda kurulmuş ve toplum için önemli kurumlar haline gelmiş örnek kahvehane tasarımlarına bakıldığında; iç mekân düzenlerinin ve kullanılan objelerin, Viyana kahvehane kültürü ile paralel seyrettiği, mevcut kültür içinde Viyana kahvehane kültürünün özelliklerini taşıdığı görülmüştür. Taşındığı kültür içinde Viyana kahvehane kimliğine ait olan kodların kültür öğeleri tarafından aktarıldığı, kültür oluşumunda Thonet No:14 ürününün simgesel olarak mekân kimliğine katkısının belirgin şekilde olduğu anlaşılmaktadır. Tüm dünyaya yayılan, 1860-1930 yılları arasında elli milyon gibi günümüz şartlarında da erişilemeyen bir satış

miktarının yakalayan Thonet No:14, Viyana kahvehane kültürü için muhteşem bir iletişim aracı olmuştur. Thonet No: 14 ürününün getirdiği yenilikçi, estetik, modern ve geleceği tarif eden anlayış ile ortaya çıkışından itibaren değişmeyen teknik, malzeme, ölçü ve form ile günümüzde de üretimi aynen devam etmektedir. Ortaya çıkışından yaklaşık 160 yıl geçmiş olmasına karşın, günümüzde incelenen kahvehane, cafe ve pastane tasarımları için hâlâ tercih ediliyor olması, ürünün zamansız tasarımının bir sonucu şeklinde değerlendirilebilir. Viyana kahvehane kültürü ortaya çıkışı ile Endüstri devrimi, Viyana şehrinde düzenlenen 1873 yılı Kültür ve Eğitim temalı Dünya Fuarı ve toplumların hayatını yeniden şekillendiren kahve çekirdekleri ile harmanlanırken, ilk endüstriyel mobilya olan Thonet No: 14 ürününün kesiştiği müthiş bir fenomen olarak hayatımızdaki yerini almıştır. Viyana kahvehane kültürünün oluşumunda kimlik kavramının önemli yer tuttuğu, insanların kültüre ait kodları çözebildiği bir ortam içinde kolektif kültürel kimliği, ortak geçmiş, süreklilik duygusu ile ortak kader duygusu şeklinde tezahür eden duygu ve değerlere en uygun kültürel iletişim Meta'sı Thonet No: 14 ürünü sayılabilir. Bu sandalyenin Viyana kahvehane kültürü oluşumunda üstlendiği en önemli işlevin, yenilik, modernlik, estetik gibi niteliklerin yanında, insanlara aktardığı duygusal ve coşkulu anlamları içerdiği iletişim nesnesi rolü olmuştur. Farklı coğrafyalara Endüstri devriminin verdiği olanaklar ile ulaştığı bu ülkelerde mimarının eşselleşmesini gerçekleyen, ulaştığı toplumun Viyana kahvehane kültürüne sözlü olmayan davranış öykünmesi veya kendiliğinden bu kimliğin etkisini altına girmesini sağlayan mesajın net ve anlaşılır olmasının bir sonucudur.

Araştırmanın başından cevap aranan soruların başında bulunan Viyana Kafe kültürü ile Thonet No:14 sandalyenin arasında fiziksel ve kültürel bir bağ kurulduğu açıktır. Viyana şehrinin çevresinden hammaddesi temin edilen, yerel işçiler tarafından üretilen sandalyenin fiziksel olarak şehir ile ilişkisi net olarak ortaya çıkmıştır. Araştırma dahilinde ortaya çıkan kültürel temasının Viyana kafelerinde kullanılması ve bu mekânı şekillenirken etiketi üzerinde kullanılan “WIEN” ibaresi, kurulan kültür ile Viyana şehri arasında bir etkileşimin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bununla beraber Thonet No: 14 sandalyenin üretimde bir seviyeyi geçerek belirgin bir talebi karşılamak üzere büyük sayılarda üretilmesi, ürünü tüm dünyada tanınır ve erişilebilir bir ürün haline getirmiştir. Araştırmada aktarıldığı gibi ilk siparişin Güney Amerika'ya yapan Thonet firması bağlamında Thonet No:14 sandalyenin Madrid, İstanbul ve

Florida gibi şehirlerde kullanılması Viyana kafe kültürünün yayılmasında belirgin şekilde öncülük ettiği anlaşılmaktadır. Viyana kahvehane kültürünün oluşumunda hem doğduğu ülke sınırları içinde hem de farklı coğrafyalardaki insanlara bu kültürü en açık şekilde tanınmasını ve tanımlanmasını sağlayan, ulaştığı coğrafyada insanların Viyana kafe kimliğini aktaran Thonet No:14'ün bu kültürün göstergesi olarak değerlendirmek mümkündür.

Yapılan bu çalışmada Viyana kafe kültürü oluşumunda yapmış olduğu benzersiz katkılar ve etkilediği birçok toplum ile Thonet No:14 sandalyenin bu kültürün oluşumuna, ortak belleğe, kültürün sürdürülmesine yadsınamaz bir katkı sunduğu görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Akagündüz, Ü. (2010). *Sanayi Devrimi ve Sanayileşme*. Uygarlık Tarihi (6. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.
- Alpat, E.ve Papila, A. (2019). Erté ve Tasarımlarının 20. Yüzyıl Kadın Modası ve Art Deco Akımının Ortaya Çıkışına Etkileri. *İdil Journal of Art and Language*, 57, 559–575. <https://doi.org/10.7816/idil-08-57-03>
- As, N. ve Büyüksarı, Ü. (2010). Masif Ağaç Malzemenin Bükülmesi. *Journal of the Faculty of Forestry*, 60, 29–37.
- Ashby, C. (2013). *The Cafés of Vienna: Space and Sociability The Viennese Cafe and Fin-de-Siecle Culture* (9–24), Berghahn Books. <http://www.jstor.com/stable/j.ctt9qcxxp.6>
- Ashby, C. (2013). *Introduction The Viennese Café and Fin-de-siècle Culture*. The Viennese Cafe and Fin-de-Siecle Culture. Berghahn Books. <http://www.jstor.org/stable/j.ctt9qcxxp.5>
- Aydemir, C. ve Güneş, H. (2015). Merkantalizmin Ortaya Çıkışı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 136–158. ISSN:1304-0278
- Aydoğdu, H. (2004). Modern Kimlikte Öznenin Ölümü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10, 115–147.
- Aynsley, J. (2013). *Graphic and interior design in the Viennese coffeehouse around 1900: Experience and Identity Chapter Title*. The Viennese Cafe and Fin-de-Siecle Culture (158–177). Berghahn Books. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qcxxp.14>
- Bang, O. (1987). Thonet and England. *The Decorative Arts Society 1850 to the Present*, 11, 27–31. <https://www.jstor.org/stable/41809029>
- Barth, F. (1969). *Ethnic Group and Boundries*. Ethnic Groups and Boundaries. 1–38. Waveland Press.
- Baykan, A. (2019). Türk - Avusturya Edebi ve Kültürel İlişkilerinin Kaynakları ve Tarihi Gelişim Süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42, 355–378.

Beck, S. (2011). Jan Assmann (1938), Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen (1992). *Vandenhoeck & Ruprecht*, 11, 258–267.

Becker, D. (2016). 1910s Trends Arts & Crafts Movement. *Color Trends and Selection for Product Design*, 7–9. <https://doi.org/10.1016/b978-0-323-39395-9.00002-5>

Beddoe, S. (2003). Art Nouveau 1890-1914 by Paul Greenhalgh. *Studies in the Decorative Arts*, 10, 160- 162.

Berdasco, V. A. (2017). *Cafés históricos de Gijón*. El Comercio. 13.02.2021 tarihinde <https://www.elcomercio.es/gijon/cafes-historicos-20170709021738-nt.html> adresinden erişildi.

Berger, P. (2014). Exiles of Eden: *Vienna and the Viennese during and after World War I. 1914*. (167–185). University of New Orleans Press.

Berkel, A. (1963). Ağaç Malzeme Bükme Tekniği ve Kullanış Yerleri. *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 1, 27–43.

Bevilacqua, A. & Pfeifer, H. 2013. Turquerie: Culture in Motion, 1650-1750. *Past and Present*, 1, 75–118. <http://10.1093/pastj/gtt019>

Beyerle, T., ve Hirschberger, K. (2013). *A Century of Austrian Design: 1900-2005*. Birkhäuser. 18.05.2021 tarihinde <https://books.google.com.tr/books?id=4666-dlamoEC> adresinden erişildi.

Biraghi, S., Gambetti, R. & Pace, S. (2018). Between Tribes and Markets: The Emergence Of a Liquid Consumer-Entrepreneurship.” *Journal of Business Research*, 392–402. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.03.018>

Brandstatter, C. ve Schweiger, W. j. (1978). *Das Wiener Kaffeehause*. Wien: Goldman-Taschenbuch.

Brinkerhoff, B. N. (2009). *Ergonomics: Design, Integration And Implementation*. New York: Nova Science Publishers.

Borgia, M. L. (2017). OK, il prezzo è giusto! *legnocurvatodesign*. 28.02.2021 tarihinde <https://legnocurvatodesign.it/ok-il-prezzo-e-giusto/> adresinden erişildi.

- Borgia, M. L. (2018). Dio è nei dettagli (anche per la Thonet 14). Legnocurvatodesign. 27.02.2021 tarihinde <https://legnocurvatodesign.it/thonet-14-dio-e-nei-dettagli/> adresinden erişildi.
- Borgia, M. L. (2018b). Una, nessuna, 100.000 Thonet 14. legnocurvatodesign. 27.02.2021 tarihinde <https://legnocurvatodesign.it/uno-nessuno-100000-thonet-14/> adresinden erişildi.
- Cafe Dindurra (2014). <https://dindurra.es/el-espacio/> 20.03.2021 tarihinde adresinden erişildi.
- Carruthers, A. (2006). The Arts & Crafts Movement in Europe & America: Design for the Modern World 1880-1920. *Journal of Design History*, 19, 95-97. <https://doi.org/10.1093/jdh/epk011>
- Celenza, A. H. (2004). Music and the Vienna Secession: 1897-1902. *Research Center for Music Iconography*. 29, 203-212.
- Clericuzio, P. (2017). *The Vienna Secession*. The Art Story Contributors. 25.06.2021 tarihinde <https://www.theartstory.org/movement/vienna-secession/history-and-concepts/#nav> adresinden erişildi.
- Chakraborty, K. J. (2017). Inventing the Avant-Garde. *Architecture since 1400*. 110, 1689-1699. University of Minnesota Press.
- Chen, Y. S. ve Wu, S. T. (2017). Social Networking Practices Of Viennese Coffeehouse Culture And Intangible Heritage Tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 1, 1-22. <https://doi.org/10.1080/14766825.2017.1400037>
- Colombini, D., Occhipinti, E. & Grieco, A. (2002). European Technical Standards in Ergonomics. *Elsevier Ergonomics Book Series*, 119-135. [https://doi.org/10.1016/S1572-347X\(02\)80015-5](https://doi.org/10.1016/S1572-347X(02)80015-5).
- Colomina, B. (2010). Sex, Lies and Decoration: Adolf Loos and Gustav Klimt. *Thresholds*, 37, 70 - 81. https://doi.org/10.1162/thld_a_00197
- Crawford, J. (1852). History of Coffee. *Journal of the Statistical Society of London*, 15, 50-58.
- Curaoğlu, F. (2017). Oturma eylemi-günlük yaşam teknolojileri- tasarım ilişkileri üzerine bir analiz. *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 6(2), 1161-1173.

- Çoşan, L. (2019). Alman seyyahların gözüyle Osmanlı İmparatorluğunda kahve kültürü (17-19.yy). *Türk kahvesinin 300 yıllık Almanya Yolculuğu*, 54–73.
- Deak, J. ve Gumz, J. E. (2019). The Reichsrat in 1917/18 and the Beginning of the First Republic. *Democracy in Austria*, 28, 27–44. University of New Orleans Press.
- Demirli, A. Ö & Öztürk, N. (2010). Osmanlı'da Kahve Kültürü ve Sunumu. *Milli Saraylar Kültür, Sanat, Tarih Dergisi*, 29-42.
- Desirée, A. (2012). *Die Wiener Kaffeehauskultur*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Universitat Wien, Wien.
- Dizdarevic, E. (2018). *Augmented Reality als Methode der Architekturvermittlung am Beispiel von Wiener Kaffeehäusern*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Universitat Wien, Wien.
- Diglas, C. (2021). Cafe Diglas. 13.02.2021 tarihinde <https://www.diglas.at/unsere-backstube/> adresinden erişildi.
- Gafijczuk, D. (2009). Bending Modernity: Chairs, Psychoanalysis. *Journal of Historical Sociology*. 22, 447- 475.
- Gombrich, E. H. (1997). *Sanatın Öyküsü*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Grady, J. (1955). Nature and the Art Nouveau. *The Art Bulletin*, 37, 187–192.
- Grinshpun, H. (2014). Deconstructing a Global Commodity: Coffee, Culture, and Consumption in Japan. *Journal of Consumer Culture*, 14, 343–364.
- Gronberg, T. (2001). The Inner Man: Interiors and Masculinity in Early Twentieth-Century Vienna. *Oxford Art Journal*, 24, 67–88.
- Harrod, W. O. (2008). Unfamiliar Precedents: Plywood Furniture in Weimar Germany. *Studies in the Decorative Arts*, 15, 2–35.
- Harwood, B. R. (1994). Two Early Thonet Imitators in the United States: The Henry I. Seymour Chair Manufactory and the American Chair-Seat Company. *Studies in the Decorative Arts*, 2, 92–113.
- Heering, K.J. (2011). *Das Wiener Kaffeehaus* (12. Baskı). Leipzig: Insel Verlag.
- Heise, U. (2001). *Kahve ve Kahvehane*. Mustafa Tüzel (Çev). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.

- Hess, H. (2011). Changing Impressions: Wiener Werkstätte Prints and Textiles. *Art in Print*, 1, 19–26.
- Hobsbawm, E. (2003). *Devrim Çağı*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Hoffmannova, J. (1989). Chancellor Metternich and Inventor Michael Thonet. *East Central Europa*, 16, 135–143.
- Houze, R. (2002). From Wiener Kunst im Hause to the Wiener Werkstätte: Marketing Domesticity with Fashionable Interior Design. *Design Issues*, 18, 3–23.
- Iomaire, m. c. M. (2012). Coffee Culture in Dublin: A Brief History. *A Journal of Media and Culture*, 15.
- Kertemelidou, P. (2018). Exhibiting an everyday industrial object in the museum the case of Thonet No.14 chair. *Museum Management and Curatorship*, 33, 136–145. <https://doi.org/10.1080/09647775.2018.1428819>
- Keulemans, G. (2016). Beech eating machine: A new materialist critique of the Thonet No. 14 chair. *The 10th Conference of the International Committee for Design History & Design Studies*, 14, 354–360. https://doi.org/10.5151/despro-icdhs2016-04_010
- Kırlı, C. (2015). Coffeehouses: Leisure and Sociability in Ottoman Istanbul. *Leisure Cultures in Urban Europe, 1700-1870*, 161–181. Manchester University Press.
- Küçükkalay, M. (1997). Endüstri Devrimi ve Ekonomik Sonuçlarının Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 51–68.
- Kurdiovsky, R. (2013). The Cliché of the Viennese Café as an Extended Living Room: Formal Parallels and Differences: *Viennese Cafe and Fin-de-Siecle Culture*, 178–198. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt9qcxxp.1>
- Kyriazidou, E. & Pesendorfer, M. (1999). Viennese Chairs: A Case Study for Modern Industrialization. *The Journal of Economic History*, 59, 143–166.
- Lahor, J. (2014). *Jugendstil*. Parkstone International.
- Las Novedades “Web site”. (2021). 20.03.2021 tarihinde <http://www.tampapix.com/lasNovedades.htm> adresinden erişildi.
- Lušin, D. (2011). Ikone industrijskega oblikovanja. *Arts & Humanity*, 5, 199–210.
- Lützelburg, P. Von. (1939). DIE WEGE DES KAFFEES IN DIE WELT Mit 2. *Iberoamericana Editorial Vervuert*, 13, 106–134.

- Marllett, D. (2016). The Thonet Chair. *Octane, 159*, Dennis Publishing Ltd.
- Marshall, R. ve Summerskill, S. 2019. Posture And Anthropometry. *DHM and Posturography*. (333–350). Elsevier Inc.
- Martin, C. (2000). Art Nouveau Unraveled. *The Lancet*, 356, 348. [https://doi.org/10.1016/s0140-6736\(05\)73638-2](https://doi.org/10.1016/s0140-6736(05)73638-2)
- Meadmore, C. (1997). *The Modern Chair, Classic Designs by Thonet, Breuer, Le Corbusier, Eames and Others*. New York: Dover Publications, Inc.
- Merryman, J. H. (1989). The Public Interest in Cultural Property. *California Law Review*, 77, 339. <https://doi.org/10.2307/3480607>
- Morris, J. (2013). Why Espresso? Explaining Changes in European Coffee Preferences From a Production of Culture Perspective. *European Review of History*, 20, 881–901. <https://doi.org/10.1080/13507486.2013.833717>
- Mutlu, E. (2016). *İletişim Sözlüğü* (1. baskı). Ankara: Ütopya Yayınları
- Myšák Resmi Site. (2019). “Historie”. 28.03.2021 tarihinde <https://www.mysak.ambi.cz/historie/> adresinden erişildi.
- Özdemir, N. (2018). *Ahşap Bükme Mobilyanın Türkiye’deki Gelişimi: Oturma Mobilyalarında Biçim -Köken İlişkisini İncelenmesi*. Basılmamış Yüksek lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Pfeiffer Taş, Ş. (1999). Viyana’da Osmanolog Şule Pfeiffer- Taş’ın Akurgal anıları. *Akurgal, M, Bir Arkeoloğun Anıları, Türkiye Cumhuriyeti kültür tarihinden birkaç yaprak, Ekrem Akurgal* (201–208). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.
- Pfeiffer-Taş, Ş. (2020) Viyana Seyahati Anlatısında Evliya Çelebi’nin İmparator I. Leopold’u Betimlemesinin Sanat Eserleri Üzerinden Değerlendirilmesi. E. Yılmaz, N. Tezcan, N. Demir (ed.) *Semih Tezcan Kitabı* (291-312). Ankara: Nobel Yayınları.
- Pincus, S. (1995). Coffee Politicians Does Create: Coffeehouses and Restoration Political Culture. *The Journal of Modern History*, 67, 807–834. <https://doi.org/10.1086/245229>
- Rampley, M. (2011). Peasants in Vienna: Ethnographic display and the 1873 World’s Fair. *Austrian History Yearbook*, 42, 110–132. <https://doi.org/10.1017/S0067237811000087>

- Rawsthorn, A. (2012). *Defining the Emotional Cause of Affect*. “The New York Times” 08.12.2020 tarihinde <https://www.nytimes.com/2012/12/03/arts/design/defining-the-emotional-cause-of-affect.html> adresinden erişildi.
- Reed, P. (1999). Seeing Things. *MoMa*, 2, 2–7. <https://www.jstor.org/stable/4420419>
- Ridley, J. B. (1996). The World of the Paris Cafe: Sociability Among The French Working Class, 1789–1914. *History: Reviews of New Books*, 25, 29. <https://doi.org/10.1080/03612759.1996.9952617>
- Rittner, L., Haine, W. S. ve Jackson, J. H. (2013). *The Thinking Space The Café as a Cultural Institution in Paris, Italy and Vienna*. Routledge.
- Rosenman, R. (2017). Vienna Secession: A History 1898–1905. 18.06.2021 tarihinde https://www.theviennasecession.com/wpcontent/uploads/2016/02/Vienna_Secession_a-History.pdf adresinden erişildi.
- Rostow, W. W. (2012). Sanayi Devrimi Nasıl Başladı. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 30, 256–278. 22.09.2021 tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/8594> adresinden erişildi.
- Sabotič, I. (2013). The Coffeehouse in Zagreb at the turn of the Nineteenth and Twentieth Centuries: Similarities and Differences with the Viennese Coffeehouse. *The Viennese Cafe and Fin-de-Siecle Culture*, 123–137. Berghahn Books.
- Sandberg, D. & Navi, P. (2007). Introduction to Thermo-Hydro-Mechanical (THM) wood processing. School of Technology and Desing, Reports No. 30. Växjö University
- Sandner, J., Wrigley, R. & Bayandin, A. (2011). *Best of Coffee Shop Design* (2. Baskı). Germainy: Braun Publishing AG.
- Schmid, D. M. (1993). *Kaffeehaus Album 1860-1930*. Wien: H. Seemann & C. Lunzer.
- Schmutzler, R. (1978). *Art Nouveau*. Thames and Hudson.
- Schossberger, E. (1942). The Vienna Coffeehouse. *Prairie Schooner*, 16, 77–83.
- Schwab, K. (2016). *Sanayi Devrimi*. Zülfü Dicleli (Çev). İstanbul.
- Sebestyén, A. A. (2018). Mediating Breuer: The Transfer of Images and Texts on Marcel Breuer’s Tubular Steel Furniture. *Cultural Mediation in Europe, 1800-1950*, 91–111. Leuven University Press.

- Sökmen, C. (2019). *Eski İstanbul Kahvehaneleri* (4. baskı). İstanbul: Ötüken Neşriyat.
- Steidl, A. (2017). Migration Patterns in the Late Habsburg Empire. *Migration in Austria*, 26, 69–88. University of New Orleans Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1t89kvv.6>
- Taştan, Y. K. (2009). Sufi Şarabından Kapitalist Meta'ya Kahvenin Öyküsü. *Gazi Akademik Bakış*, 4, 53–86.
- Theiding, K. O. (2014). Anxieties of Influence: British Responses to Art Nouveau 1900-04. *Journal of Design History*, 19, 215–231. <https://doi.org/10.1093/jdh/ep1017>
- Tikkanen, A. (2015). *Café*, Encyclopaedia Britannica. 16.10.2020 tarihinde <https://www.britannica.com/topic/cafe-eating-and-drinking-establishment> adresinden erişildi.
- Tirolerhof, C. (2021). Cafe Tirolerhof. <https://cafetirolerhof.at/geschichte-des-tirolerhof/> adresinden 12.02.2021 tarihinde alınmıştır.
- Ton. (2021). References. 14.02.2021 tarihinde <https://www.ton.eu/en/references/detail/hawker-hall-windsor,-australia/> adresinden erişildi.
- Topik, S. (2009). Coffee as a Social Drug. *Cultural Critique*, 71, 81–106.
- Tucker, C. M. (2011). *Coffee Culture: Local Experiences, Global Connections*. New York: Routledge.
- Turani, A. (1990). *Dünya Sanat Tarihi*. İstanbul: Remzi Kitap Yayıncılık.
- Ulusoy, K. (2011). Türk Toplum Hayatında Yaşatılan Kahve ve Kahve Kültürü: Bir Sözlü Kültür ve Sosyal Çevre Eğitimi Çalışması. *Milli Folklor*, 89, 159–169.
- Ürer, H. (2010). Osmanlı'da Kahve/ Kahvehane Kültürü ve Salihli'den Bir Kahvehane Örneği Himaye-i Etfal. *Sanat Tarihi Dergisi*, 19, 1–26.
- Usta, İ. (2019). Ahşap Üzerine Betimlemeler: Kültürlerarası etkileşim aracı olan ahşabın “Değerli bir Nesne” olarak kabul edilip özümsemesi (Ahşap Güzeldir) *Mesleki Bilimler Dergisi*.4, 39–54.
- Vogt, M. (2019). The international coffee industry. *Variance in Approach Toward a 'Sustainable' Coffee Industry in Costa Rica*. 39–53. <https://doi.org/10.5334/bce.e>

Wagner, W. H& Kicklighter, C. E. (2006). *Modern Woodworking* (11. Baskı). U.S.A: The Goodheart-Wilcox Company.

Wolfschluckner, S. (2014). *Das Kaffeehaus als Seismograph gesellschaftlicher Veränderungen. Wien ab 1950*. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Wien Universitat, Wien.

Woodward, I. (2016) Ferit Burak (Çev). *Maddi Kültürü Anlamak*. İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Yaltrık, F.ve Efe, A. (2000). *Dendroloji Ders Kitabı* (2.baskı), İstanbul: Çantay Matbaası.

Yancey, D. (2011). *Art Deco*. Detroit, Lucent Books.

Yıldız, C. (2007). *Kahvehane Kültürü*. İstanbul: Beyan Yayınları.

Zeytinoğlu, E. (1985). *Ekonomik Sistemler*. Marmara Üniversitesi Yayınları.

<https://doi.org/10.1097/GME.0b013e31829a64f9>

(URL 1). Kahve çekirdeği.

<http://www.coffeeresearch.org/agriculture/coffeeplant.htm> adresinden 10.09.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 2) Stock-im-Eisen-Platz 1779.

https://www.geschichtewiki.wien.gv.at/Datei:Stock-im-Eisen-Platz_1779.

Adresinden 18.11.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 3) Viyana surları.

<http://www.grids-blog.com/wordpress/otto-wagner-designing-the-city/> adresinden 06.01.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 4) 1860 tarihli Viyana yeni şehir planı.

<http://www.grids-blog.com/wordpress/otto-wagner-designing-the-city/> adresinden 06.01.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL5) William Morris Tasarımı Yer Karosu.

<https://www.jstor.org/stable/community.23090106> adresinden 16.12.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 6) 1889 Fransa Dünya Sergisi Merkez kubbeye bakış.

<https://loc.gov/pictures/resource/cph.3a25933/> adresinden 30.12.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 7) 1900 Fransız Fuarı Ana Girişi.

<http://loc.gov/pictures/resource/ppmsc.05229/> adresinden 30.12.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 8) Vienna Secession ilk sergi afişi. 1898.

<https://www.jstor.org/> adresinden 30.11.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 9) Ver Sacrum'un ilk sayısının kapağı, Alfred Roller (1898).

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Ver_Sacrum,_Issue_1,_January_1898.jpg adresinden 09.01.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL10) Jean-Joseph Chapuis tasarımı sandalye.

https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Chaise_Jean-Joseph_Chapuis.jpeg adresinden 16.12.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 11) Thonet No:14 (2021)

<https://www.gebruederthonetvienna.com/prodotti/n-14/> adresinden 10.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 12) Thonet'i Taklit eden firmalar ve ürünleri.

<https://legnocurvatodesign.it/ok-il-prezzo-e-giusto/> adresinden 28.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 13) Avrupa Kayını yayılış bölgeleri.

https://tr.wikipedia.org/wiki/Avrupa_kay%C4%B1n%C4%B1#/media/Dosya:Fagus_sylvatica_distribution_maps.svg adresinden 09.12.2020 tarihinde erişilmiştir.

(URL 14) Thonet 1859 üretim detayı. <https://legnocurvatodesign.it/thonet-14-dio-e-nei-dettagli/> adresinden 27.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 15) Thonet No:14 ayak bağlantı detayı.

<https://legnocurvatodesign.it/uNo-nessuNo-100000-thonet-14/> adresinden 27.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 16) 1885-1900 yılları arası Thonet Etiketi.

<https://legnocurvatodesign.it/segNo-distintivo-etichette-thonet/> adresinden 28.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 17) Cafe Griensteidl konumu 2009,

<https://bit.ly/3BvdIXM> adresinden 12.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 18) Cafe Griensteidl dış cephesi

<https://secretvienna.org/the-story-of-the-cafe-griensteidl/> adresinden 12.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 19) Viyana'daki Michaelerplatz 2'deki Cafe Griensteidl 2017.

<https://kurier.at/chronik/wien/griensteidl-das-ende-einer-cafe-legende/271.965.324> adresinden 12.0.2.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 20) Cafe Tirolerhof konumu.

<https://www.google.com/maps/place/Cafe+Tirolerhof/> adresinden 16.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 21) Cafe Tirolerhof iç mekân 1

<https://cafetirolerhof.at/> adresinden 12.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 22) Cafe Tirolerhof iç mekân 2

<https://cafetirolerhof.at/> adresinden 12.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 23) Kleinen Cafe, günümüz dış mekân.

<https://www.sommertage.com/en/vienna-traditional-coffee-houses/> adresinden 21.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 24) Kleinen Cafe iç Mekânı.

<https://bit.ly/3DHGJuH> adresinden 21.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 25) Cafe Museum Yerleşim Planı.

<https://plansofarchitecture.tumblr.com/post/127128753739/adolf-loos-cafe-museum-1899-vienna-austria> adresinden 12.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 26) Adolf Loos sandalye.

<https://www.gebruederthonetvienna.com/en/products/loos-cafe-museum/> adresinden 13.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 27) Cafe Museum iç mekânı

<https://www.google.com/maps/place/Caf%C3%A9+Museum/> adresinden 12.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 28) Cafe Museum bilardo ve oyun odası günümüz,

<https://www.google.com/maps/place/Caf%C3%A9+Museum/> adresinden 12.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 29) Cafe Diglas konumu.

<https://www.wien.gv.at/stadtplan/> adresinden 15.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 30) Cafe Diglas, iç mekân

<https://cafeimschottenstift.at/veranstaltungen> adresinden 15.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 31) Cafe Diglas iç mekân görünüşü 2.

<https://www.instagram.com/p/BaZ2-TEgoub/> 15.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 32) Cafe Sperl şehir konumu.

<https://www.wien.gv.at/stadtplan/> adresinden 18.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 33) Cafe Sperl Gumpendorfer Straße Cephese Hol.

<https://bit.ly/3COJQQG> adresinden 19.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 34) Cafe Sperl Lehargasse caddesine bakan hol.

<https://bit.ly/2WcXKg7> adresinden 18.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 35) Cafe Dindurra konumu.

<https://bit.ly/3AKVeNc> adresinden 22.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 36) Cafe Dindurra iç mekân 1900'lü yıllar.

<https://www.elcomercio.es/gijon/cafes-historicos-20170709021738-nt.html> adresinden 13.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 37) Cafe Dindurra, 2014.

<https://dindurra.es/el-espacio/> adresinden 20.03.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 38) Cafe Dindurra, ana giriş,

<https://bit.ly/2ZxSZyY> adresinden 25.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 39) Cafe Dindurra, asma kat,

<https://bit.ly/3i7o1Ee> adresinden 25.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 40) Cafe Novedades, 1929.

<http://www.tampapix.com/lasNovedades.htm#> adresinden 15.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 41) Cafe Novedades, 1940.

<http://www.tampapix.com/lasNovedades.htm#> adresinden 15.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 42) The Herbalist Pub Konumu

<https://bit.ly/3zPVd9p> adresinden 23.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 43) The Herbalist Pub- Club Dış Cephe

<https://bit.ly/2ZFMQ3R> adresinden 23.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 44) The Herbalist Pub tavanları.

<https://restaurantandbardesignawards.com/entry/7583> adresinden 23.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 45) The Herbalist Pub Club, iç mekân 2018.

<https://www.ton.eu/en/references/detail/the-herbalist-pub-club,-united-kingdom/> adresinden 14.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 46) Pastry shop Myšák konumu.

<https://bit.ly/3kKKj0i> adresinden 26.08.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 47) Myšák giriş bölümü

<https://bit.ly/3F0ErYQ> adresinden 23.05.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 48) Myřák Giriş Satış Bankosu

<https://bit.ly/3F0ErYQ> adresinden 23.05.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 49) Myřák 1. Kat (A)

<https://bit.ly/3ijDhV7> adresinden 23.05.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 50) Myřák 1. Kat (B)

<https://bit.ly/3ijDhV7> adresinden 23.05.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 51) Windsor Caddesi

<https://bit.ly/39KfDGh> adresinden 26.07.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 52) Hawker Hall İç Mekân

<https://www.lucas.online/event-spaces/hawker-hall/> adresinden 14.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 53) Hawker Hall Alternatif İç Mekân 2

<https://bit.ly/3kRc9rA> adresinden 23.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 54) Puri Guliani konumu.

<https://bit.ly/3CV7CdT> adresinden 21.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 55) Puri Guliani dış mekân.

<https://bit.ly/3kRY39r> adresinden 21.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 56) Puri Guliani, bakery,2018. <https://www.ton.eu/en/references/detail/puri-guliani,-bakery-tbilisi,-georgia/> adresinden 14.02.2021 tarihinde erişilmiştir.

(URL 57) Puri Guliani iç mekân, 2019. https://www.instagram.com/p/B1_liE4he-F/ adresinden 18.06.2021 tarihinde erişilmiştir.

TURNITIN RAPORU

Viyana kafe kültürünün oluşumunda thonet_no14 etkisi

ORJİNALLİK RAPORU

%6

BENZERLİK ENDEKSİ

%5

İNTERNET KAYNAKLARI

%2

YAYINLAR

%4

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	www.proceedings.blucher.com.br İnternet Kaynağı	<% 1
2	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
3	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	<% 1
4	docplayer.org İnternet Kaynağı	<% 1
5	Submitted to University of Durham Öğrenci Ödevi	<% 1
6	doczz.biz.tr İnternet Kaynağı	<% 1
7	Submitted to University of Technology, Sydney Öğrenci Ödevi	<% 1
8	darhiv.ffzg.unizg.hr İnternet Kaynağı	<% 1
9	repositum.tuwien.at İnternet Kaynağı	<% 1

10	www.umdk2017.org.tr İnternet Kaynağı	<% 1
11	Submitted to University of Wales Swansea Öğrenci Ödevi	<% 1
12	Submitted to Art Center College of Design Öğrenci Ödevi	<% 1
13	www.tandfonline.com İnternet Kaynağı	<% 1
14	doktori.uni-sopron.hu İnternet Kaynağı	<% 1
15	www.bib.irb.hr İnternet Kaynağı	<% 1
16	Submitted to University of Sheffield Öğrenci Ödevi	<% 1
17	Submitted to CSU, Long Beach Öğrenci Ödevi	<% 1
18	research.birmingham.ac.uk İnternet Kaynağı	<% 1
19	www.scribd.com İnternet Kaynağı	<% 1
20	Submitted to University of Southern California Öğrenci Ödevi	<% 1
21	Submitted to University of Sydney Öğrenci Ödevi	<% 1

22	academic-master.com İnternet Kaynağı	<% 1
23	earsiv.kastamonu.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
24	www.openaccess.hacettepe.edu.tr:8080 İnternet Kaynağı	<% 1
25	acikerisim.uludag.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
26	wrap.warwick.ac.uk İnternet Kaynağı	<% 1
27	Submitted to Middlesex University Öğrenci Ödevi	<% 1
28	Submitted to University of Queensland Öğrenci Ödevi	<% 1
29	issuu.com İnternet Kaynağı	<% 1
30	researchonline.rca.ac.uk İnternet Kaynağı	<% 1
31	Submitted to Sheffield Hallam University Öğrenci Ödevi	<% 1
32	arrow.tudublin.ie İnternet Kaynağı	<% 1
33	polen.itu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1

34	Submitted to Queensland University of Technology Öğrenci Ödevi	<% 1
35	Submitted to University of Melbourne Öğrenci Ödevi	<% 1
36	cizgikitabevi.com İnternet Kaynağı	<% 1
37	Submitted to AUT University Öğrenci Ödevi	<% 1
38	1library.net İnternet Kaynağı	<% 1
39	29aqcgc1xnh17fykn459grmc-wpengine.netdna-ssl.com İnternet Kaynağı	<% 1
40	Submitted to University of Huddersfield Öğrenci Ödevi	<% 1
41	Submitted to Unizin, LLC Öğrenci Ödevi	<% 1
42	docplayer.net İnternet Kaynağı	<% 1
43	revistapaginas.unr.edu.ar İnternet Kaynağı	<% 1
44	www.buzzfeed.com İnternet Kaynağı	<% 1

45 Dergipark.Org.Tr
İnternet Kaynağı <% 1

46 Submitted to Uludag University
Öğrenci Ödevi <% 1

47 Submitted to Universitas Negeri Jakarta
Öğrenci Ödevi <% 1

48 Submitted to University of California, Los Angeles
Öğrenci Ödevi <% 1

49 acikerisim.btu.edu.tr
İnternet Kaynağı <% 1

50 Submitted to University of Aberdeen
Öğrenci Ödevi <% 1

51 Submitted to University of New South Wales
Öğrenci Ödevi <% 1

52 manualzz.com
İnternet Kaynağı <% 1

53 otomasyon.mersin.edu.tr
İnternet Kaynağı <% 1

54 www.dspace.yildiz.edu.tr
İnternet Kaynağı <% 1

55 www.slideshare.net
İnternet Kaynağı <% 1

56 Submitted to Akdeniz University

Öğrenci Ödevi

<% 1

57

Submitted to University of Portsmouth

Öğrenci Ödevi

<% 1

58

Submitted to liberty

Öğrenci Ödevi

<% 1

59

Submitted to wu-wien

Öğrenci Ödevi

<% 1

60

Submitted to RMIT University

Öğrenci Ödevi

<% 1

61

Submitted to Texas State University- San Marcos

Öğrenci Ödevi

<% 1

62

Submitted to University of Northampton

Öğrenci Ödevi

<% 1

63

Submitted to University of Stellenbosch, South Africa

Öğrenci Ödevi

<% 1

64

acikerisim.pau.edu.tr

İnternet Kaynağı

<% 1

65

nek.istanbul.edu.tr:4444

İnternet Kaynağı

<% 1

66

www.acarindex.com

İnternet Kaynağı

<% 1

67	www.izmeda.org İnternet Kaynağı	<% 1
68	Submitted to De La Salle University Öğrenci Ödevi	<% 1
69	Submitted to Istanbul Aehir Aniversitesi Öğrenci Ödevi	<% 1
70	Mattias Muckenhuber, Miriam Rehm, Matthias Schnetzer. "A Tale of Integration? The Migrant Wealth Gap in Austria", European Journal of Population, 2022 Yayın	<% 1
71	slidegur.com İnternet Kaynağı	<% 1
72	www.cafesperl.at İnternet Kaynağı	<% 1
73	Isabell Mandt. "Das Genre der Kaffeehausliteratur im 20. und 21. Jahrhundert", Transcript Verlag, 2020 Yayın	<% 1
74	Submitted to University of Chichester Öğrenci Ödevi	<% 1
75	iletisimdergisi.gazi.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
76	libguides.cmog.org İnternet Kaynağı	<% 1

77 www.parlament.gv.at İnternet Kaynağı <% 1

78 3dprintturkey.org İnternet Kaynağı <% 1

79 www.wiki.opony-felgi.pl İnternet Kaynağı <% 1

80 "European Technical Standards in Ergonomics", Elsevier BV, 2002 Yayın <% 1

81 Submitted to Curtin University of Technology Öğrenci Ödevi <% 1

82 Rebecca Houze. " From to the Wiener Werkstätte: Marketing Domesticity with Fashionable Interior Design ", Design Issues, 2002 Yayın <% 1

83 dijitalhayat.tv İnternet Kaynağı <% 1

84 dspace.cuni.cz İnternet Kaynağı <% 1

85 emreinanckayaturk.wordpress.com İnternet Kaynağı <% 1

86 ouci.dntb.gov.ua İnternet Kaynağı <% 1

theijes.com

87	İnternet Kaynağı	<% 1
88	www.1bilgi.com İnternet Kaynağı	<% 1
89	www.ada.unsw.edu.au İnternet Kaynağı	<% 1
90	Scholarship.tricolib.brynmawr.edu İnternet Kaynağı	<% 1
91	TAŞTAN, Kemal.Yahya. "Sufi şarabından kapitalist metaya kahvenin öyküsü", Gazi Üniversitesi, 2009. Yayın	<% 1
92	Submitted to University of Exeter Öğrenci Ödevi	<% 1
93	academic.oup.com İnternet Kaynağı	<% 1
94	commons.wikimedia.org İnternet Kaynağı	<% 1
95	doaj.org İnternet Kaynağı	<% 1
96	genclerle360.cbu.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
97	nlist.inflibnet.ac.in İnternet Kaynağı	<% 1

98 prezi.com
İnternet Kaynağı

<% 1

99 www.gecekitapligi.com
İnternet Kaynağı

<% 1

100 Tiago Chagas Soares. "Make it New: Hayek, Modernismo e a invenção do Neoliberalismo (1920-1950)", Universidade de Sao Paulo, Agencia USP de Gestao da Informacao Academica (AGUIA), 2019
Yayın

<% 1

Alıntılarını çıkart

Kapat

Eşleşmeleri çıkar

Kapat

Bibliyografyayı Çıkart

Kapat



ÖZGEÇMİŞ

Adı ve Soyadı: Zafer İsmet Yüksel

Öğrenim Durumu:

Derece	Alan	Üniversite	Yıl
Lisans	Ağaç İşleri Endüstri Mühendisliği	Hacettepe Üniversitesi	2008
Ön Lisans	Mobilya Dekorasyon	Uludağ Üniversitesi	2002

İş Deneyimi:

Çalıştığı Yer	Görev	Yıl
Offi Teknik Mobilya Tasarım ve Üretim A.Ş.	Genel Müdür	2021
Bona Tasarım Proje Ltd. Şti	Müdür	2018
Sofito Sahne Sanatları Ltd. Şti.	Proje Koordinatörü	2015
2f Tasarım Ltd. Şti	Proje Sorumlusu	2011
Akis İç Mimarlık	Mühendis	2010
Tunç End. Sis. A.Ş.	Mühendis	2006

Yabancı Diller: İngilizce

Yayımlar:

Tarih: (Savunma Tarihi) 07.06.202

