

Kahve kültürü ve kahve-kafe mekânları üzerine bir analiz: Konya örneği

An analysis on coffee culture and coffee-cafe spaces Konya example

Merve Dedeoğlu^{1*}, Doç. Dr. Rabia Köse Doğan²

¹Selçuk University, Institute of Social Sciences, Department of Interior Architecture, Master's Student
icmimarmervededeoglu@gmail.com

²Selçuk University, Faculty of Architecture and Design, Department of Interior Architecture
rabiakose@selcuk.edu.tr

*Corresponding Author

** This study is prepared from the thesis titled "An Analysis on Coffee Culture and Coffee-Cafe Venues: The Example of Konya" which was accepted as the Master Thesis of the Department of Interior Architecture at Selçuk University Institute of Social Sciences.

Received: 03.04.2021

Accepted: 02.06.2021

Citation:

Dedeoğlu, M., Köse Doğan, R. (2021). Kahve kültürü ve kahve-kafe mekânları üzerine bir analiz: Konya örneği. *IDA: International Design and Art Journal*, 3(1), 132-145.

Özet

1500'ü yıllarda hayatımıza giren kahve, beraberinde kahvehane mekânlarını da hayatımıza dâhil etmiştir. Bu çerçevede yaygın bir kültürel birikim meydana gelmiştir. İçecekler arasında hem kültürel anlamda hem de mekânsal faktörler göz önüne alındığında kahve kadar popüler bir başka örnek göze çarpmamaktadır. Günümüzde de bu popülerliğin halen devam ettiği bilinmektedir. Bu araştırmanın amacı; yeme-içme kültürümüzün zaman içindeki değişimi ile birlikte kahve kültürünün Türkiye'de ve dünyada oluşumunu ve gelişimini incelemektir. Ayrıca içecek kültürümüzde köklü bir yeri olan kahvenin, kafe mekânlarını hayatımıza dâhil etmemizdeki önemini ve kafe mekânlarının yoğunluğunu araştırmak hedeflenmektedir. Literatür incelendiğinde Konya ilinin bu konuda daha önce değerlendirmeye alınmadığı görülmüştür. Böylelikle bölgede konu ile ilgili araştırma ihtiyacı doğmaktadır. Bu sebeple de araştırmanın kapsamını Konya ilinin merkez ilçelerinde faaliyet gösteren, kafe mekânları oluşturmaktadır. Bu kapsamda Konya iline bağlı olan Meram, Selçuklu ve Karatay ilçelerinde, kafe mekânlarının yerleşimi ve yayılımı ile ilgili kafe yoğunluğu, yerinde gözlem ve dijital araştırma yöntemi ile incelenmiştir. Kafe mekânlarının bölgelere göre dağılımı ise haritalar ile gösterilmiştir. 1500'ü yıllardan günümüze kadar kafe mekânları, giderek popüler bir hal alarak varlığını sürdürmektedir. Bu mekânların kullanım oranları zaman içinde artmış ve çeşitli bölgelere yayılmıştır. Konya ili merkez ilçelerinde yapılan araştırma sonucunda, kafe mekânlarının merkez ilçelerin ana aksları boyunca ve alışveriş merkezlerinde yoğun olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kahve, Kahvehane, Kahve Mekânları, Kafe, Konya Kafe.

Abstract

Coffee, which entered our lives in the 1500s, has also included coffeehouses in our lives. In this context, a widespread cultural accumulation has occurred. Considering both cultural and spatial factors among beverages, there is no other example as popular as coffee. It is known that the popularity continues today. The study aims to examine the formation and development of coffee culture in the world and Turkey, along with the change in refreshments culture over time. In addition, it is aimed to investigate the importance of coffee, which has a deep-rooted place in our beverage culture, in incorporating cafe places into our lives and the density of cafe places. When the literature is examined, it has been seen that Konya has not been evaluated in this regard before. Thus, the need for research on the subject arises in the region. For this reason, the scope of the research consists of cafe places operating in the central districts of Konya. In this context, the density of cafes related to the placement and spread of cafe spaces in Meram, Selçuklu and Karatay districts of Konya province was examined by the field observation and the digital research method. The distribution of cafe spaces by region is shown with maps. From the 1500s to the present day, cafes continue to exist by becoming increasingly popular. The usage rates of these places have increased over time and spread to various regions. As a result of the research carried out in the central districts of Konya, it has been observed that the cafes are concentrated along the main axes of the central districts and in the shopping centers.

Keywords: Coffee, Coffeehouse, Coffee Venues, Cafe, Konya Cafe.

GİRİŞ

*"Bana göre dünyanın en güzel icatlarından bir tanesi taze kahve kokusudur."
Hugh Jackman*

Yeme-içme ihtiyacı, yüzyıllardır insan hayatının devamlılığı için gerekli olan temel fiziksel ihtiyaçlardandır. Bu öyle bir ihtiyaçtır ki bağımlılık olarak nitelendirilebileceği gibi aynı zamanda bir keyif unsuru olarak da tanımlanabilir. Tarih öncesi beslenme alışkanlıkları, şu anki alışkanlıklarımızın ilk örnekleridir. Yeme-içme ihtiyacı, tarihsel süreçte insanlığın kültür ve medeniyet olgularının oluşmasını etkileyecek pek çok gelişmede önyak olmuştur. Bu kültürü oluşturan, kazanılan alışkanlıklar ve kurumsallaşmış uygulama, toplumların buldukları coğrafi ve iklimsel özelliklerden farksız değildir. Bunlara ek olarak ekonomi, gelişen teknoloji, taşıma hizmetleri, iç ve dış göçler, şehirleşme ve iletişimin yoğunlaşmasının da yeme-içme eylemindeki gelişmelerde yeri önemlidir. Yeme içme alışkanlıkları -modern zamanın etkileri arasında olan- çalışan kesimin artışına bağlı olarak, zaman içinde bir keyif unsuruna dönüşmektedir ve insanlar gittikleri yerlerde yeme-içme ihtiyaçlarını, farklı şekillerde karşılamaya çalışmaktadırlar (Çiğirim, 2000: 50). Yeme-içme ihtiyacı kapsamında mutfak kültüründe, tarih boyunca geliştirilmiş farklı teknikler, aletler, mekânlar ve alışkanlıklar bulunmaktadır. Bugün sanayi sonrası toplumun birey mantığına bağlı olarak yeme-içme ile ilgili mekânlar, teknikler ve bilgiler değişim değeri elde etmişler ve kendileri birer meta haline gelmişlerdir. Dünyanın pek çok yerinde üretilen ve farklı biçimlerde sunulan kahvenin kültür hayatımızın zenginleşmesine önemli katkıları olduğu söylenebilir. Kahve keşfedildiği andan bugüne dek çok geniş alanlara yayılmış ve ünü gün geçtikçe daha da artmıştır. Zaman içinde sert eleştiriler ve yasaklara maruz kalsa da günümüze ulaşabilmiş ve vazgeçilmezler arasına girmeyi başarmıştır.

1100'lü yıllardan itibaren varlığından haberdar olunan, ancak 1300'lü yıllarda çekirdekleri belli işlemlerden geçirilerek, içecek olarak tüketilebileceği keşfedilen kahvenin, hangi topraklarda keşfedildiği konusunda farklı hikâyeler duymak ve okumak mümkündür. Birçok tarih bilimciye göre kahve, Doğu Afrika topraklarında, bugünkü adı ile Etiyopya'nın Kaffa yöresinde ortaya çıkmıştır. İlk olarak Kaffa'da yaban topraklarda biten kahve bitkileri, Yemen'e taşınarak bu topraklarda kontrollü bir şekilde yetiştirilmiştir (Evren, 1996: 13).

Kahve özünde bir bitki türüdür ve ilk olarak Afrika Bölgesi'nde, şimdiki adıyla Etiyopya'da yemiş olarak tüketilmiştir. XV. yüzyılın ilk zamanlarında, Orta Doğu bölgesi de bu bitki ile tanışmıştır. Ardından kahve çekirdeklerinin toz haline getirilip sıcak su ile karıştırılması sonucu içecek olarak tüketilebileceği, o dönemin insanları tarafından deneyimlenmiş ve kahve, içecek hali ile daha çok kullanılmış ve yayılmıştır. Bir sonraki yüzyılın başlaması ile birlikte Mekke'ye, Kahire'ye ve sonrasında İstanbul'a gelmiştir (Bostan, 2001: 202-203). Keşfinden bugüne kadar birçok toplum tarafından sudan sonra en çok tüketilen sıvılar arasında olan kahve, bir içecek olarak hayatımıza girişinden bu yana, toplumlar arası kültürel etkileşime ve gelişime katkıları ile birlikte, mekânsal gelişime de katkı sağlamaktadır. Kişiler arası iletişim ve sosyalleşmeyi geliştirmede de büyük ve önemli bir rol üstlendiği söylenebilmektedir. Tarih-i Peçevî'de ilk kahvehanenin 1554'te İstanbul Tahtakale'de açıldığından ve İstanbul'daki bu ilk iki büyük kahve dükkânının, Hakem adında Halep'li bir esnaf ile Şems adında, Şam'dan gelen bir beyefendi tarafından, açıldığından bahsedilmektedir (Acar vd., 2019: 136). Köklü bir tarihe sahip olan kahve bitkisi, yaygın bir içecek olarak kullanılmaya başlandıktan sonra kahvehanelerin açılmasına sebep olmuştur (Evren, 1996: 13). Kahvehane olarak adlandırdığımız bu mekânların hayatımıza girişi, bugünkü kafelerin mekânsal gelişiminin başlangıcı sayılabilir. Kahvehaneler hayatımıza girdikleri ilk dönemlerde kahve satılan dükkânlar olarak düşünülmüş ve o amaçla kullanılmıştır. Sonrasında bu satış dükkânları, kahve satılan mekânlar olmasının yanında, insanlarla birlikte sosyalleşmenin yapıldığı veyahut yalnız vakit geçirilebilen, kahvehane mekânlarına dönüşmüşlerdir (Acar vd., 2019: 136).

Günümüzde kafeler tüm dünyada, yaşam biçimindeki bazı değişiklikler sonucunda, yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayabilen, aynı anda sosyalleşme imkânı da veren mekânlar olmuşlardır. Bu mekânlarda zaman içinde gelişmeler yaşanmış ve farklı tema oluşumları gerçekleşmiştir. Böylelikle farklı iç mekân tasarımlarıyla bir kafe mekânı, farklı ihtiyaçları aynı zaman ve mekânda karşılayabilmektedir. Günümüzde kafeler; kullanıcıların arkadaşları ile sosyalleşebilmesine, aynı zamanda diğer kullanıcıların iş görüşmeleri yapabilmesine ortam sağlayabilmektedir. Bununla birlikte bazı özel anların kutlamasının yapabileceği, küçük organizasyonlara ev sahipliği yapan bir sosyal mekân olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Yapılan bu araştırmanın amacı; yeme-içme kültürümüzün zaman içinde değişimi ile birlikte kahve kültürünün, dünyada oluşumu ve Anadolu'ya gelişinin ardından, buradan dünyanın çeşitli bölgelerine ve Avrupa'ya yayılımını inceleyerek mekânsal faktörlere etkilerini, literatür tarama metodu ile araştırmaktır. Kafe mekânlarının yaşantımıza girişi ve o mekânların, günümüzdeki kullanım yoğunluğu araştırma kapsamındadır. Araştırma için seçilen Konya bölgesinde kafelerin mekânsal ve kullanım yoğunluğu göze çarpmakla birlikte, daha önce bu bölgede kafe mekânları ile ilgili bir araştırma yapılmamıştır. Bu durum araştırmanın alan seçiminde etkili olmuştur. Konya bölgesinde kafe mekân yoğunluğu, yerinde incelenerek araştırılmış ve beraberinde dijital kaynaklı araştırmalardan edinilen haritalar ile gösterilmiştir. Bu araştırmanın katkıları ile kahve ve kahve mekânları konularında, tüketicilerin ve mekânsal kullanıcıların yanında, söz konusu konunun meraklıları ve bu konu ile ilgilenen tüm araştırmacıların, genel çerçevede ve örneklem bölge çerçevesinde farklı bir perspektiften inceleme yapabileme imkânı bulmaları beklenmektedir.

Kahve Kültürü ve Tarihsel Gelişimi

Kahve sözcüğü çoğu ülkede kelime kökü ve telaffuzu bakımından birbirine benzerdir. Arapçadan türemiş ve dilimize “kahve” olarak geçmiştir. Fransızca “café”, İngilizce “coffee” ve Almancada “kaffe” olarak ifade edilmektedir (Gürsoy, 2012: 19). Kahve, ılıman iklimli, sıcak diyebileceğimiz ve bol yağış alan bölgelerde yetiştirilmektedir. Yoğunlukla Brezilya, Kolombiya, Endonezya, Meksika, Etiyopya gibi ülkelerde üretimi devam etmektedir.

Kahve; kaynatma, demleme, filtreleme gibi farklı pişirme yöntemleri ile farklı çeşitlerde tüketilebilmektedir. Bu çeşitler; demleme yöntemleri başta olmak üzere, ilave edilen sıvıların sıcaklıkları ve miktarları, kahvenin tanecik boyutları, filtreleme yöntemi gibi işlemler neticesinde değişmektedir. Türk kahvesi, Espresso, Americano, Mocha, Filtre Kahve gibi içecekler kahve çeşitlerinden bazılarıdır. Kahve muhtevasında bulunan kafeinin insan vücuduna bazı etkileri bulunmaktadır. Merkezi sinir sistemine etkileri bunların başında yer almaktadır. Bu etki sonucunda zihinsel aktiviteleri yerine getirirken insanda canlanma gözlenir aynı zamanda öğrenmeyi kolaylaştırır (Schivelbusch, 2000: 47).

Kahve Doğu'dan başlayarak, tüm dünyaya hızlıca yayılmış ve çok geçmeden popüler bir içecek olma özelliği kazanmıştır. Kültürel ve toplumsal dönüşümlerle birlikte kahve içme davranışında da birtakım dönüşümler yaşansa da halen her yerde ve ortamda kahve içme davranışı popüler bir faaliyet olarak görülmektedir (Şahbaz, 2007: 1).

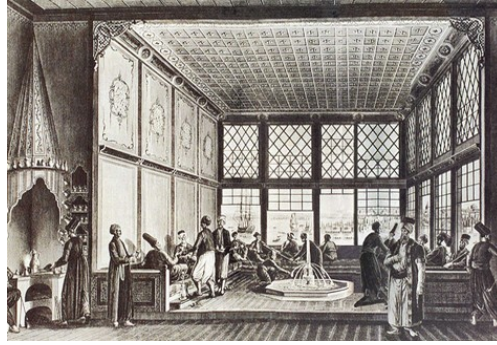
Kahvehane-Kafe Mekânlarının Oluşumu ve Gelişimi

Fransızca “café” olarak karşımıza çıkan ve birçok dile yansıyan bu kelime, “kahve” kelimesinden türemiştir (Kolektif, 2004: 5). Hasol'un Mimarlık Sözlüğü'nde (2012) ise kafe kelimesi “içecekler ve basit yiyecekler sunulan bir çeşit restoran” olarak tanımlanmaktadır. Sosyalliğin, keyfin ve muhabbetin sembolü haline gelen kahve, kafe mekânlarının hızla yayılmasının da katkısıyla gelişmiştir. Geçtiğimiz dönemlerde sadece kahve tüketilen bu mekânlarda, şu anda kahve çeşitliliğinin yanında; farklı pasta kurabiye ve aperatif yiyecekler, sıcak, soğuk veya buzlu çeşitlerde kahveler ve meşrubat çeşitleri bulunmaktadır (Akarçay, 2012: 1 86). Günümüzdeki kafe mekânları ise kökünü, geçmişte Osmanlı kültüründe kahvehane olarak adlandırılan mekânlardan almaktadır (Kolektif, 2004: 5). İlk olarak XVI. yüzyılın başlarında Arabistan'da kahvehaneler görülmeye başlanmış ve Mısır'ın başkenti Kahire'ye yayılmıştır (Gregoire ve Georgeon, 1999: 16). Osmanlılarda ilk kahvehane mekânları halk tarafından ilgi görmüş, seçkin kimselerin de çokça kullandığı bir yer olmuştur. Kahvehanede bazı kimseler kitap okumuş, bazıları sanat ile ilgili sohbetler etmiş, bazı kimseler ise tavlâ, satranç gibi oyunlar ile vakit geçirmişlerdir (Birsell, 1991: 12; Toros, 1998: 23).

Kahvehanelerin, Kanuni Sultan Süleyman döneminde ise farklı olarak, sadece kahve içmek ve oyun oynamak gibi eylemlerin çok dışında, kıraathane (okuma evi) gibi farklı bir eylemde kullanıldığı ve kahvehane dışında farklı bir kelime ile adlandırıldığı görülmektedir (Ünver, 1962: 44). Kahvehane mekânlarının, hatırı sayılır niteliklerinden biri ise, inanç, etnik köken, soy, cins, dil gibi farklılıklara rağmen, bireyleri aynı mekânda buluşturabiliyor olmasıdır. Bu mekânlarda oluşan kullanıcı çeşitliliği, farklı toplumların sosyal anlamda etkileşimde bulunmasına önayak olmuştur. Bu etkileşim başka toplumlara ve kültürlere ait bireylerin derinleşmesine ve anlaşmasına olanak sağlamıştır.

İstanbul'un Osmanlı Devleti topraklarına katılmasının olağan sonuçlarından biri olan kültür, etnik köken ve inanç zenginliği, beraberinde İstanbul kahvehanelerinde kullanıcı çeşitliliğine yol açmıştır. Burada kahvehanelerin, bir arada yaşayan bu kadar farklı toplumsal ve kültürel özelliklere sahip olan bireylerin yakınlaşmasında ve birbirini anlamasında önemli katkısı olmuştur (Parlar, 2000: 209). İstanbul'da 1500'lü yılların ortalarında ise kahvehanelerin çeşitli yasaklara maruz kalarak kapılarına mühür vurulduğu zamanlarda "koltuk kahvesi" ismini taşıyan, yeni kahvehaneler baş göstermiştir. Yasaklar karşısında, eldeki imkânlarla, mevcut mekânlardan faydalanılarak kurgulanan bu "koltuk kahvesi" mekânları için mevcut bulunan satım evlerinin bazı bölümleri kahvehane olarak kullanılmış ve bu yerlerin dikkat çekmemesi için giriş çıkışlar farklı kapılardan sağlanmıştır (Birsal, 1991: 14). 1567 yılında ise kahve tüketmek de yasaklanmıştır. Bu yasağın kahve ticaretine yaptığı vurgun, kahve tüccarlarının tepkilerine yol açmış ve beraberinde gümrük vergisinin de göz önüne alınması sonucunda kahve yasağı ile ilgili geri adım atılmış ve yasak kaldırılmıştır (Evren, 1996: 25).

Türk kahvehanelerinde iç mekân incelemesi yapıldığında, özüne mahsus bir yerleşim planı ve döşeme tarzı olduğu görülmektedir. Bu mekânların kültürümüzde kabul görmesi, iç mekânda da Türk mimari üslubuna uygun yorumlamalar yapılmasına sebep olmuştur. Kahvehane mekânlarındaki bazı bölümler başka mekânlardan tasarımlar ile benzerlik göstermektedir. Kahvehanelerin iç mekânlarında kurgulanan yerleşim, döşeme tarzının özüne mahsus tarzda olmasının yanında kahve hazırlama ocaklarının cami mihrabı tasarımına benzerliği de göze çarpmaktadır.



Görsel 1: Osmanlı Döneminde seçkin bir kahvehane

Çoğunlukla kahvehane mekânları "orta meydanı" denilen avludan oluşmaktadır. Bu oluşumun çevresini bir metreye yakın oturma birimleri olan "sedirler" sarmaktadır. Bu oturma birimleri 20-30 cm yükseklikte konumlandırılmıştır ve kahve hazırlama bölümünün karşısında ise 20-25 kişilik genişçe "kerevetli baş sedir" yer almaktadır. Bu oturma birimini çoğunlukla seçkin kişilerin kullandığı bilinmektedir. "Kerevetli baş sedirin" yanında post bulunan alanı ise daha çok tiryakiler kullanmaktadır. Avlunun merkezinde çoğu örnekte süs havuzu bulunmaktadır. İç mekânın en önemli yerinde ise çoğunlukla kahve hazırlama ocağı konumlanmaktadır. Kahve hazırlamak için kullanılan ocağın çevresinde birçok raf bulunur. Görsel 1'de kahve hazırlığında kullanılabilecek malzemelerin, ocağın yakınındaki bu raflara yerleştirildiği görülmektedir. Girişe yakın bölümlerden birinde ise ayakkabıların muhafaza edildiği "kunduralık" olduğu bilinmektedir (Yıldız, 2016: 197).

Dönemin Osmanlı Mimarisinde; evler kavramsal anlamda mahremiyet unsuru ile işlenip, o dönemin mimari üslubu ile harmanlanarak inşa edilmiştir. Türk evi plan tiplerinde "ev", kullanıcıları dış dünyadan arındıran ve koruyan bir yapıya sahiptir. Dolayısı ile dönemin Türk evlerinin dışarı ile iletişimi sınırlandırılmış ve korunaklı bir biçimde sağlanmıştır. Bu durum Türk toplumu için bir sosyalleşme ve muhabbet ortamı ihtiyacını artırmıştır. Bir bakıma, bu nedenle de kahvehane kullanımı Türk toplumunda kabul görmüş ve hızla yayılmıştır.



Görsel 2-3: Eski İstanbul kahvehaneleri ve kadınların kahve tüketimi

Türk toplumu kahve ve kahvehane kültüründen bahsederken, kahvehaneleri daha çok erkeklerin kullanımına uygun görmüştür (Görsel 2). Hatta bu mekânların “erkekler evi” ismiyle anıldığı ve kadınların, kahvehane ortamında bulunmasının hoş karşılanmadığı, bu yüzden de kadınlar tarafından kullanılmadığı bilinmektedir (Gregoire ve Georgeon 1999: 21). Bu durum karşısında kadınlar bazen hamamlarda bazen de komşu ziyaretlerinde kahve tüketiminden geri kalmamışlardır (Görsel 3). Bu tüketim durumunda, kadınlar ve erkekler arasında, kültürel ve davranışsal farklılıklar gözlenmiştir. Daha sonra kahve içilen, kahvehane, tiyatro, pastane gibi mekânlarda birtakım değişiklikler başlamıştır. Bu değişikliklerin başında kullanıcılar arasında kadınların da yer alması gelmektedir. Kahvehane mekânları ise bu değişikliğe karşı o dönemde kendini muhafaza etmiştir. Kahvehane mekânlarının ve kitapların, insanlar arası sınıflaşmaya ve bununla birlikte sanatsal-kültürel oluşumlara etkileri görülmektedir. Böylelikle kahvehaneler yeni reform hareketleri ile oluşan yeni ve farklı düşüncelerin paylaşımına ve sosyo-politik gelişimlere ev sahipliği yapmıştır. 1900’lü yıllarda, kahve mekânları kamusal alanda egemenliğini sürdürmeye devam etmiştir (Bajmaku, 2014: 56).

Reformlar farklı topluluklarda farklı şekillerde görülmektedir. Bu yenileşme hareketleri her ülke ve millet için farklı manalar taşımaktadır. 20. yüzyılda reformlar sadece Avrupa’da değil, birçok devlette yaşanmıştır. Dünya çapında aşamalar halinde yenileşme adımları atılmıştır. Bu adımların katkısı ile gerçekleşen mekânsal düzenlemeler de dünya çapında etkisini göstermiştir. Avrupa’da ise yaşanan endüstri devrimi ile kafelerde birçok yenilik meydana gelmiş ve bununla birlikte yeni kafe mekânları yapılmıştır. İstanbul’da Tanzimat dönemi ile bazı konularda Avrupa örnek alınarak yenilikler planlanmıştır. Bu yenilikler Avrupa ile eşzamanlı devam etmiştir. O zamanlardan şimdiye kadar kahve mekânları sosyal ve kültürel mekânların doğuşu niteliğindedir; aynı zamanda dünyevi yapısı ile çağa uygun olma niteliğini de taşımaktadır. Çağın getirdikleri ile beraber kahve mekânlarına birtakım yeni fonksiyonlar eklenmiş ve aynı zamanda, köklü sosyal mekân özelliği korunmuştur. Cumhuriyet döneminde ise bu durum korunarak beraberinde birtakım değişimler yaşanmıştır. En büyük değişim, başka sosyal fikir ve düşüncelere de ev sahipliği yapabilme ve yenileşme hareketleri ile tekrar var olabilmesidir. Böylelikle o dönemde halkın şekillendirdiği bu mekânlar, devlet yöneticileri ve halk için aynı zamanda birer kontrol bölgesi anlamı taşımaktadır (Öztürk, 2005: 112).

20. yüzyıl içinde bu gelişimler ile birlikte kahve mekânlarında, mekânsal değişimler ve gelişimler de yaşanmıştır. Kahve mekânlarının mimari projeleri ve iç tasarımlarında büyük ölçüde dönüşümler meydana gelmiştir. Modernleşme hareketlerinden önce kahvehane mimari özellikleri gözden geçirildiğinde; alanın merkezinde havuz konumlandığına sıkça rastlanmıştır. Beraberinde oturma düzeni sedirler, kerevetler ile sıralı biçimlerde oluşturmuş ve birbirine benzer özellikler göstermiştir. Sonraları ise havuz görmeye alışılan alan merkezlerinde, müzisyenler için oturulacak ahşap ya da taş setler görülmeye başlanmış ve beraberinde kahvehanedeki oturma düzeninde köklü değişikliklere sebep olacak masa, sandalye, tabure gibi donatılar kullanılmaya başlanmıştır. Bu donatılar da zamanla kendi içinde gelişimler göstererek taşınabilir özellikler kazanmıştır. Tek ayaklı yuvarlak çeşitleri ile masaların ve sandalyelerin, iskemlelerin kullanılmasının ardından, daha küçük ve minimal malzeme ile oluşturulabilen tabure gibi oturma birimi çeşitlerinin kullanılması, oturma alanlarının mekân dışına yayılımını sağlamıştır. Böylelikle kaldırımlar ve sokaklar kahvehane mekânlarına dâhil olmuşlardır (Gregoire vd., 1999: 61) (Görsel 2).

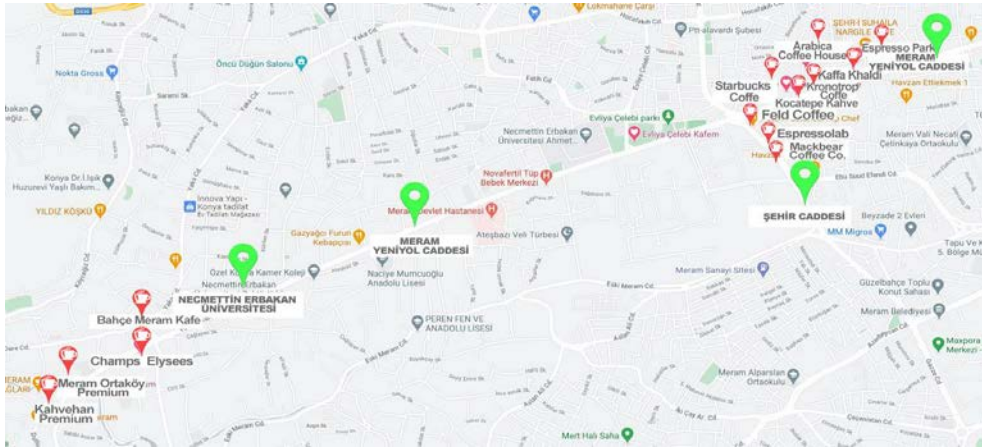
Reformların tesiriyle kahvehanelerde meydana gelen farklı düzenleme ve uygulamalar ile toplumun bu alanlara bakış açısı, hatta kullanım şekillerinde bile birtakım değişikliklere sebep olmuştur. Bu dönüşümler

sonucunda mekânsal tanımlamalarda kahvehane sözcüğü dışında kafe sözcüğü kullanılmaya başlanmış ve mekânların isimlendirmelerinde sıkça görülmüştür. Tanımlamadaki bu çeşitlenme, kullanıcılarda da çeşitlenmeyi beraberinde getirmiş ve böylelikle kahve mekânlarının, kadın kullanıcılara da hizmet vermesinin önu açılmıştır. Kahvehanelerde sıkça sadece erkek kullanıcılara rastlanırken kafelerde hem erkek hem de kadın kullanıcılara rastlanabildiği gözlemlenmektedir. Bununla birlikte uyumlu fikirlerle ve aynı sosyal yapılarla donatılmış bireylerin, aynı mekânları tercih ettikleri görülmüştür. Hatta bu yönelimlerle birlikte kahve mekânları, kültürel süreklilik niteliği kazanmış ve bu konuda daha da önemli hale gelmiştir. Hem Batı'da hem de Türkiye'de bu dönüşümlerin eş zamanlı gerçekleştirdiği görülmektedir. Reform uygulamalarının oluşturduğu devimsel dönüşümler, kullanıcı yaklaşımlarında da dönüşümlere yol açmıştır. Bu dönüşüm kahvehanelerden doğarak kafelerin mekânsal oluşumuna evrilmiştir.

Günümüzde ise kafe mekânları yoğunluk bakımından, kahvehane mekân yoğunluğunun çok daha ötesine geçmiştir. Yapılan yeniliklerin tesiriyle bir yanda Batı'da bulunan kafe mekânlarının yapısal iç tasarım niteliklerini muhafaza ederken diğer yanda İstanbul'da bulunan kahve mekânları daha çok evrilerek, iç mimari yapısal özelliklerinin yanında, kullanılan malzeme ve donatılar ile Batı'da yer alan kafe mekânlarını örnek almış bununla birlikte de geleneksel yapı özelliklerini kaybetmiştir. XXI. yüzyılın başlarında dünyada ve Türkiye'de birçok farklı kahve mekânı açılmış ve bu mekânlar yaygın hale gelmiştir.

Konya'da Bulunan Kahve Mekânları Üzerine İnceleme

Konya'nın merkez ilçeleri olan Meram, Selçuklu, Karatay ilçelerindeki kafe mekânları dijital tarama ve yerinde gözleme yöntemleri kullanılarak incelenmiştir. Kahve mekânları ile birlikte Konya'da, yeme-içme faaliyetlerinin gerçekleştirilebildiği birçok sosyal mekân bulunduğu gözlemlenmiştir. Bu gözlem ışığında kahve kültürü içeren mekânların, sosyal mekânlar içinde sayıca önemli yer tuttuğu görülmektedir. Kahve kültürü içeren bu mekânlar ayrı olarak incelendiğinde, zincir olan işletmelerin yanı sıra butik işletmeler olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu kafeler bazı alanlarda yoğunlaşmaktadır. Bu alanların müşteri yoğunluğunun arttığı, ticaret aksı olarak sayılabileceğimiz cadde, meydan, çarşı ve alışveriş merkezi gibi alanlar olabildiği gözlemlenmiştir. Bu durum kafelerin tercih edilme oranlarını etkilediğinden, yer seçimi kararlarında da etkili olmuştur.



Görsel 4: Konya Meram bölgesi kafe mekân dağılımını gösteren harita

Meram ilçesinde bulunan kafe mekânlarının, Meram Yeni Yol Caddesi, Melikşah Caddesi ve Şehir Caddesi üzerinde oluşan ticaret akslarında yoğunlaştığı dijital harita inceleme yöntemi ile gözlemlenmiştir (Görsel 4).

Bu yöntem ışığında örneklem bölgeye araştırma gezileri yapılmıştır. Gezi sırasında gözlemlenen bulgular, fotoğraflanarak görsel olarak desteklenmiştir. Meram Yeni Yol Caddesi üzerinde konumlanan Kocatepe Kahve Evi, Starbucks ve Kronotrop Coffee isimli kafe mekânları, dijital haritada ve cadde üzerinden çekilen fotoğraflarda görüldüğü gibi birbirine yakın konumlanarak, buldukları bölgede müşteri yoğunluğunu artırmakta ve rekabet ortamı oluşturmaktadır (Görsel 5-6-7).



Görsel 5-6: Meram Yeni Yol Caddesinde oluşan ticaret aksında konumlanmış Kocatepe Kahve Evi, Starbucks ve Kronotrop Coffee



Görsel 7: Meram Yeni Yol Caddesinde oluşan ticaret aksında konumlanmış Starbucks ve Kronotrop Coffee

Meram Yeni Yol Caddesi yakınında bulunan Melikşah Caddesinde de ticaret aksı oluşmuştur. Espressopark Coffee, Kaffa Khaldi Coffee, Arabica Coffee isimli kafe mekânları da aynı ticaret aksında konumlanmakta ve Meram Yeni Yol Caddesine benzer nitelikte rekabet ortamı oluşturmaktadır (Görsel 8-9-10).



Görsel 8-9: Meram Yeni Yol Caddesi yakınındaki Melikşah Caddesi üzerinde oluşan ticaret aksında konumlanmış Espressopark ve Kaffa Khaldi



Görsel 10: Meram Yeni Yol Caddesi yakınındaki Melikşah Caddesi üzerinde oluşan ticaret aksında konumlanmış Arabica Coffee

Şehir Caddesi üzerinde kafe, pastane, restoran gibi birçok mekân oluşumu gözlemlenmiş ve oluşan ticaret aksı üzerinde konumlanan kafe mekânları incelenmiştir. Feld Coffee, Mackbear Coffee Co. ve Espressolab isimli kafe mekânlarının aynı ticaret aksında ve birbirlerine yakın konumlandıkları gözlemlenmiştir (Görsel 11-13).



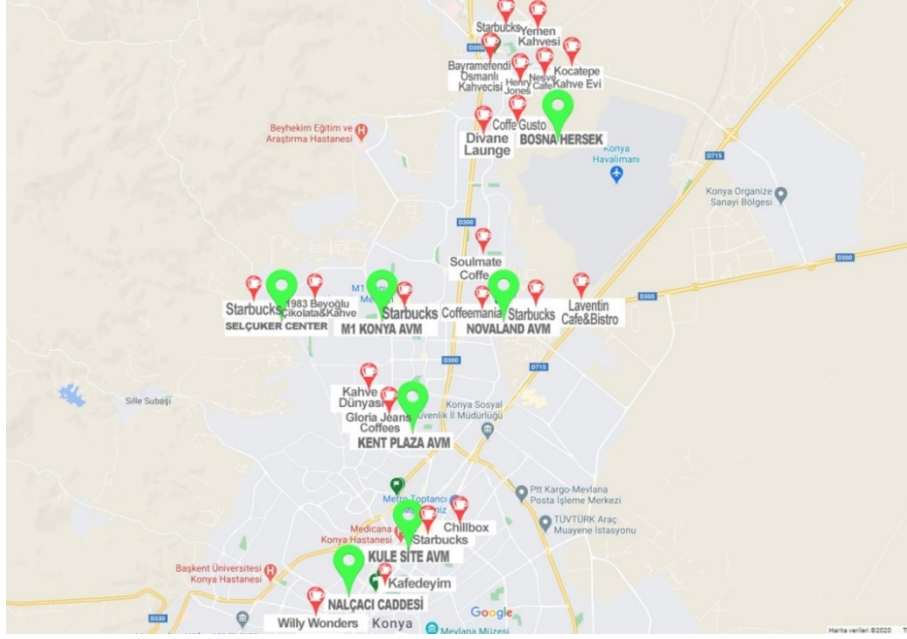
Görsel 11-12-13: Meram Yeniyol Caddesi yakın çevresindeki Şehir Caddesi üzerinde bulunan ticaret aksında konumlanmış Feld Coffe ve Mackbear Coffe Co., Espressolab

Meram Yeniyol Caddesi üzerinde ve Meram Dere bölgesinde aynı aksta bulunmayan iki farklı kafe mekânı gözlemlenmiştir (Görsel 14-15). Kahvehan Premium ve Champs Elyseess isimli kafe mekânları butik işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır.



Görsel 14-15: Meram Yeniyol Caddesinde bulunan Champs Elyseess ve Meram Dere Bölgesinde bulunan Kahvehan Premium

Konya'nın Selçuklu ilçesi ise merkez ilçeler arasında en gelişmiş ve genç nüfusun en yoğun olduğu ilçedir. Bu durum ticaret akslarının gelişmesinde de etkili olmakta ve kafelerin artışına olanak sağlamaktadır. Kentte bulunan 4 adet büyük alışveriş merkezi Selçuklu ilçesinde bulunmaktadır. Yapılan bu araştırmada Selçuklu ilçesindeki kafe sayısının ticaret aksı sayılabilecek bölgelerde arttığı görülmüştür (Görsel 16). Bu bölgeler Selçuk Üniversitesi Kampüsünün de bulunduğu Bosna Hersek Mahallesi; üzerinde Otogar, M1 Konya alışveriş merkezi ve Selçuker Center alışveriş merkezinin de bulunduğu Doç. Dr. Halil Ürün Caddesi; Kule Site alışveriş merkezinin konumlandığı Nalçacı Caddesi ve Zafer Çarşısıdır. Kafe mekânları bu ticaret akslarının yanı sıra alışveriş merkezleri içinde de görülmektedir. Genç nüfusun yoğunluğuna bağlı olarak müşteri potansiyelinin fazla olması, kafe işletmeleri açısından olumlu bir durumdur. Bu durum aynı zamanda işletmeler arası rekabeti de artırmaktadır. Bir kafe mekânının tercih edilmesi noktasında, kurumsal firmaların avantajlı olduğu görülmektedir. Bu durum, Türkiye genelinde ve dünyada tanınan markaların, müşteri yoğunluğunun fazla olması ile belirlenmektedir. Gloria Jean's Coffees, Coffeemia, Soulmate Coffe, Neşve Cafe, Kahve Dünyası gibi firmalar bu gruba girmektedir. Zincir kafelerin şube sayıları da kullanıcı yoğunluğuna göre belirlenmektedir. Bu kafelerin bağlamla etkileşim içinde olduğu görülmektedir. Alışveriş merkezlerinde yer alan kafeler ise yapının mimari çözümlemesi ve tasarım kurgusu ile tasarlanmaktadır.



Görsel 16:Konya Selçuklu Bölgesi kafe mekân dağılımını gösteren harita

Örnekleme bölgesinde bulunan kafe mekânlarının Bosna Hersek Mahallesi, Nalçacı Caddesi, Zafer Çarşısı isimli ticaret akslarında ve Novaland Outlet, M1 Konya, Selçuker Center, Kent Plaza, Kule Site isimli alışveriş merkezlerinde konumlandığı gözlemlenmiştir. Bu mekânların tasarım, pazarlama, işletme gibi kararlarını incelediğimizde ulusal markalar ile aynı kararlar verildiği, küçük farklılıklar dışında, tema oluşumlarının aynı olduğu görülmektedir. Türkiye'nin farklı illerinde hizmet veren şubelerinde, araziden ya da mevcut mekândan kaynaklanan farklılıklar dışında aynı tasarım anlayışını belirledikleri görülmektedir. Selçuklu ilçesinde bulunan yerel kafe mekânlarından Divane Kahve Evi, Willy Wonder's, Yemen Kahvesi, Tarihi Medrese Kahvehanesi ise bulunduğu bölgenin bağlamı ile uyum içindedir. İlçede bulunan yerel kafe mekânları incelendiğinde, bazılarının ilçe sınırlarını aşabildiği ve diğer merkez ilçelerde de şubeler işletebildikleri görülmektedir. Bu örnekler arasında da müşteri yoğunluğu farklılıkları göze çarpmakta, müşteri yoğunluğu ile şube yoğunluğu eşdeğer olarak artmaktadır. Selçuk Üniversitesi ve Konya Teknik Üniversitesi'nin içinde bulunduğu Selçuklu ilçesi, Bosna-Hersek Mahallesi'nde zincir kafeler, yerel işletmeler ve çok sayıda kafe mekânları bulunmaktadır (Görsel 16).

Bosna Hersek Mahallesinde Selçuk Üniversitesinin bulunmasından kaynaklanan öğrenci yerleşimi yoğunluğu, bölgede ticaret aksı oluşumunu ve kafe mekânları kullanım yoğunluğunu etkilemektedir. Bu duruma bağlı olarak bölgede Oval Çarşı ve Konya Forum gibi çarşı alışveriş merkezleri oluşumu gözlemlenmiştir. Bu oluşumların kafe mekânlarının konum seçiminde etkili olduğu görülmektedir (Görsel 17-18-19-20). Böylece Neşve Cafe, Henry Jones, Divane Lounge, Starbucks, Yemen Kahvesi, Kocatepe Kahve Evi isimli kafe mekânlarının da bu çarşı alışveriş merkezlerinde konumlandığı gözlemlenmiştir.



Görsel 17-18: Bosna Hersek Mahallesinde bulunan ticaret aksında konumlanmış Neşve, Henry Jones, Divane Lounge ve Coffe Gusto ve Starbucks, Yemen Kahvesi



Görsel 19-20: Bosna Hersek Mahallesinde bulunan ticaret aksında konumlanmış Bayramefendi Osmanlı Kahvecisi ve Kocatepe Kahve Evi

Selçuklu ilçesinde bulunan alışveriş merkezlerinden Novaland Outlet alışveriş merkezi, mevcut müşteri yoğunluğu ile bünyesinde kafe mekânları oluşumuna olanak sağlamaktadır. Böylelikle Starbucks, Soulmate Coffee ve Coffemania isimli zincir işletmelerin Novaland Outlet alışveriş merkezinde konumlandıkları görülmektedir (Görsel 22). Bu zincir kafe mekânları yanı sıra Laventi Cafe&Bistro isimli kafe mekânı da gözlemlenmiştir (Görsel 23).



Görsel 22-23:Selçuklu İlçesinde Novaland Outlet Alışveriş Merkezi içerisinde yer alan Soulmate Coffee, Coffemania, Starbucks ve Laventi Cafe&Bistro

Selçuklu ilçesinde bulunan alışveriş merkezlerinden Selçuker Center alışveriş merkezinde birçok sosyal mekân gözlemlenmiştir. Bu sosyal mekânlar arasında Starbucks ve 1983 Beyoğlu Çikolata&Kahve isimli kafe mekânları yer almaktadır (Görsel 24).



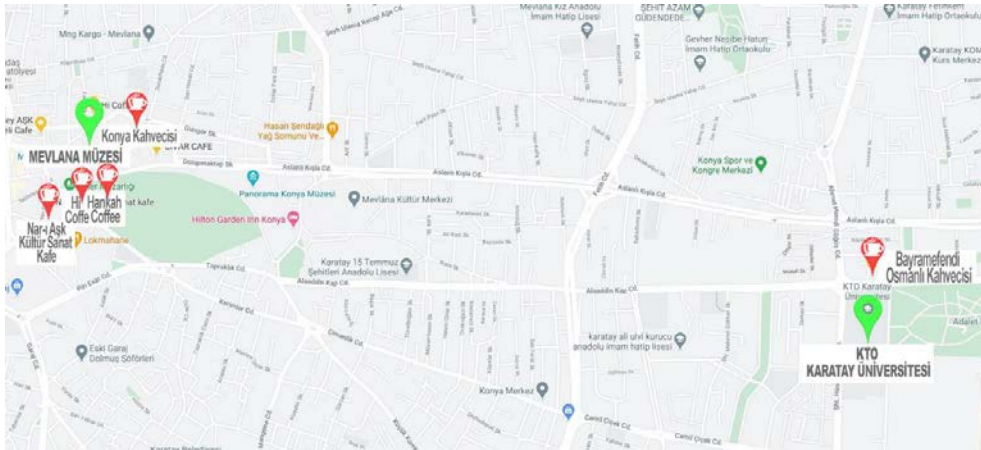
Görsel 24: Selçuklu İlçesinde Selçuker Center Alışveriş Merkezi içerisinde yer alan Starbucks, 1983 Beyoğlu Çikolata&Kahve

Selçuklu ilçesinde Nalçacı Caddesi ticaret aksı üzerinde bulunan Kule Site alışveriş merkezinde de birçok sosyal mekân gözlemlenmiştir. Bu sosyal mekânların oluşumunda alışveriş merkezinin mevcut müşteri yoğunluğunun yanında Nalçacı Caddesi ticaret aksının da etkili olduğu düşünülmektedir. Bu sosyal mekânlar arasında Starbucks ve Chillbox isimli kafe mekânları da yer almaktadır (Görsel 25-26).



Görsel 25-26: Selçuklu İlçesinde Kule Site Alışveriş Merkezi içerisinde yer alan Starbucks ve Chillbox

Karatay ilçesindeki kafelerde diğer ilçelerden farklı olarak kültürel varlıkların etkisi daha çok görülmektedir. Bununla birlikte yerel kafelerin diğer merkez ilçelere oranla burada daha fazla bir yüzdeye sahip olduğu gözlemlenmektedir. Örnekleme bölgedeki kafelerde müşteri yoğunluğu zaman içerisinde değişime uğramıştır. Örnek vermek gerekirse; yaz mevsiminde yerli ve yabancı turistlerin örnekleme bölgedeki toplu ziyaretleri ile kafelerdeki doluluk oranı en üst seviyelere ulaşırken, kış mevsiminde ve toplu ziyaretlerin söz konusu olmadığı vakitlerde müşteri yoğunluğunun -mekânlara göre farklılık göstermekle birlikte- orta seviyelerde olduğu bilinmektedir. İlçede kafe mekânları oluşumunda Mevlana Müzesi ve KTO Karatay Üniversitesinin etkili olduğu gözlemlenmiştir (Görsel 27).



Görsel 27: Konya Karatay Bölgesi kafe mekân dağılımını gösteren harita

Bölgedeki ticaret aksı oluşumunda etkili olan Karatay Üniversitesi, çevresindeki birçok kafenin konum kararlarında etkili olmaktadır. Burada yerel firmaların arasında Bayramefendi Osmanlı Kahvecisi gibi Türkiye'nin farklı illerinde birçok şubede hizmet vermeyi başaran bir ulusal marka örneği de bulunmaktadır (Görsel 28).



Görsel 28: Karatay İlçesi KTO Karatay Üniversitesi yakın çevresinde oluşan ticaret aksında konumlanmış Bayramefendi Osmanlı Kahvecisi

Mekân tasarımlarının ve mekân isimlerinin yüksek oranda örneklem bölgesinin kültürel yapısını yansıttığı gözlemlenmektedir. Nar-ı Aşk Kültür Sanat Kafe ve Hi Coffee örneklerinin de tasarım çalışmalarına önem verdiği gözlemlenmektedir. Aynı zamanda bölgede turizm potansiyelinden kaynaklanan ve fazla sayıda bulunan otellerden bazılarının kafe mekânlarına da ev sahipliği yaptığı görülmektedir (Görsel 29). Bu bölgede kafelerden çok kahve dükkânlarının olduğu da göze çarpmaktadır (Görsel 30).



Görsel 29-30: Karatay İlçesi Mevlana Türbesi yakın çevresinde oluşan ticaret aksında konumlanmış Hi Coffee, Hankah Coffee, Nar-ı Aşk Kültür Sanat ve Konya Kahvecisi

SONUÇ

XVI. yüzyıldan bu zamana kadar kahvenin yolculuğu yalnızca gönüllerde keyif unsuru olarak kalmamış bununla birlikte kültür yaşantımıza da önemli katkıları olmuştur. 1500’lü yıllardan bugüne kadar baktığımızda bir fincan kahve deneyimimizde tarih ve kültürümüze ait birçok detayı görmemiz mümkündür (Acar vd., 2019: 142). XVI. yüzyıldan beri varlığını sürdürmeyi başaran ve bugün insanların hayatının bir parçası haline gelerek sosyo-kültürel bir mekân olan kahve mekânları yaygın bir kullanıma sahiptir. Günümüzde kafe mekânlarının incelenmesi daha da önem kazanmıştır. İç mekân faktörlerinde, tasarım adına verilmiş doğru kararlar müşteri yoğunluğunu arttırmaktadır. Estetik ve fonksiyonel kararların yanı sıra erişim kolaylığı ve yer seçimi de önemlidir. Kullanıcının, mekânda kendini rahat hissetmesi, o mekânı tekrar tercih etmesini sağlamaktadır.

Bir ürün veya hizmet ile ilgili deneyim kazanmada üründen çok mekânın etkili olduğu iddiası çeşitli mekânlarda farklı ölçeklerde karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla deneyimi oluşturan ürün değil mekândır; bu nedenle deneyim mekânla birlikte tecrübe edilen bir kazanımdır (Kurtar Anlı ve Yavan, 2019: 125). Kafe mekânları tercihi yön veren en mühim öğeler sırasıyla; ürün ve hizmet bedelinin makul olması, hizmet kalitesi, içecek seçeneklerinin fazla olması ve kafe mekânları iç mekân tasarımlarının ilgi çekici ve kullanışlı dizayn edilmiş olması olarak belirlenmiştir (Akit Aşık, 2017: 321).

Yapılan bu araştırmada yeme-içme kültürümüzün zaman içinde değişimi ile birlikte kahvenin sadece içecek olma vasfının dışında nasıl bir kültüre dönüştüğü, dünyada oluşumu ve Anadolu'ya gelişinin ardından, buradan dünyanın çeşitli bölgelerine ve Avrupa'ya yayılımı, literatür tarama metodu ile araştırılmıştır. Bu doğrultuda yeme-içme kültürünün, mekânsal faktörler üzerindeki etkisi de görülmektedir. Araştırmanın asıl amacı bu kültürel gelişimin, mekânsal faktörlere etkilerini araştırmaktır. Kafe mekânlarının yaşantımıza girişi ve o mekânların, günümüzdeki kullanım yoğunluğu araştırma kapsamındadır. Böylece araştırma kapsamında kahve ve kahve mekânlarının, toplumun ritüellerini değiştirdiği ve mekânsal oluşumlara yön verdiği anlaşılmaktadır.

Bölgedeki kafe mekânları incelendiğinde ise kullanım yoğunluğunun zaman, konum, hizmet kalitesi, mekân tasarımları ve mekân atmosferi gibi nedenlere göre değişiklik gösterdiği bilinmektedir. Müşteri yoğunluğu açısından da mekânlar incelendiğinde farklılıklar gözlemlenmektedir. Bu farklılıklar kişisel tercihlere bağlı olarak değişirken, aynı zamanda kafe mekânlarının tasarımı ve sundukları hizmet anlayışına göre de değişmektedir. Starbucks, EspressoLab isimli zincir kafe örnekleri incelendiğinde sadece örneklem bölgede ya da Türkiye’de değil, dünyada da büyük ölçüde tercih edilen mekânlar olduğu bilinmektedir. Starbucks yetkilileri “Konsept mağazalar, mağaza içinde yenilikleri ön plana çıkaracak tasarımların kullanıldığı benzersiz ortamlardır.” diyerek tasarımın önemini vurgulamıştır (Budak, 2020).

Markaların temalarında, bölgenin sosyo-kültürel yapısı, demografik nüfus özellikleri, yerel ve tarihi özellikleri dikkate alınarak düzenleme yapılması, marka ile ilgili çevrede ve müşterilerde olumlu duygular oluşturmak suretiyle markanın tercih edilmesinde etkili olmaktadır. Meram bölgesindeki kafelerden Kocatepe Kahve Evi, Arabicca Coffe House, Espressopark, Kronotrop Coffee isimli örnekleri araştırdığımızda, örneklem bölge ile birlikte Türkiye'nin çeşitli illerinde şubelerinin olduğu görülmektedir. Örneklem bölgede de müşteri yoğunluğu fazladır. Benzer şekilde incelediğimiz bu mekânlarda, tasarım bütünlüğü olması ile tercih edilme oranı arasında güçlü bir bağ vardır. Yer seçimleri, kafelerin tercih edilme nedenlerini desteklemektedir. Bu kafeler içinde şubesi olmayan yerel markalarla butik kafeler de bulunmaktadır. Bu markaların tercihi müşteri yoğunluğuna, mekânın konumuna ve internet hizmetlerine de bağlı olabilmektedir.

Bu araştırmanın katkıları ile kahve ve kafe mekânları konularında, tüketicilerin ve mekânsal kullanıcıların yanında, söz konusu konunun meraklıları ve bu konu ile ilgilenen tüm araştırmacıların, genel çerçevede ve örneklem bölge çerçevesinde farklı bir açıdan inceleme yapabilmelerini sağlanmaktadır. Bu araştırmada dijital harita incelemeleri ve yerinde gözlem yöntemleri ile örneklem bölge olan Konya merkez ilçelerinde bulunan kafe mekânlarının, bazı ticaret akslarında yoğunlaştığı gözlemlenmiştir. Kafe mekânlarının Meram ilçesinde Meram Yeniyol Caddesi, Melikşah Caddesi ve Şehir Caddesinde yoğunlaştığı görülmüştür. Selçuklu ilçesinde kafe mekânları, çoğunlukla Selçuk Üniversitesi yakını olan Bosna Hersek Mahallesinde, Nalçacı Caddesinde, Zafer Çarşısında ve yine Selçuklu ilçesinde yer alan alışveriş merkezlerinde görülmüştür. Karatay İlçesinde ise kafe mekânları, KTO Karatay Üniversitesi ve Mevlana Müzesi çevresinde yer almaktadır. Bu alanlarda konumlanan kafe mekânlarının müşteriler tarafından kullanım yoğunluğunun fazla olduğu, aynı zamanda bu bölgelerde konumlanan kafelerde uygulanan iç mekân ve tema tasarımı kararlarının daha özenli olduğu gözlemlenmiştir. Konya Bölgesi merkez ilçelerinde daha önce bu konuda araştırma yapılmamış olması örneklem bölge çerçevesinde bir kaynak eksikliğini beraberinde getirmektedir. Araştırma sonucunda elde edilen bilgiler önemli olup, örneklem bölge çerçevesinde kahve ve kafe mekânları konusunda kaynak niteliği taşımaktadır.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

Destek ve Teşekkür Beyanı

Bu araştırmayı destekleyen tüm kurum ve kuruluşlara teşekkür ederiz.

Çatışma Beyanı

Bu çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar, N., Çakırbaş, A., Çizmeci, B. (2019). Türk Kahvesi Tüketilen Mekânların Seçimini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Nevşehir Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 135-143. <https://doi.org/10.18506/anemon.425801>
- Akarçay, E. (2012). Kâh Kahvehane Kâh Cafe: Küreselleşen Eskişehir'de Kahve Tüketimi Üzerine Kurumsal Bir Giriş. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 2, 181-202.
- Akit Aşık, N. (2017). Değişen Kahve Tüketim Alışkanlıkları ve Türk Kahvesi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(4), 310-325. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.152>
- Bajmaku, A. (2014). *Kahve Kültürü Ve Kahvehane Mekânlarının Sosyo Kültürel Ve Politik Yaklaşımlar İle Popüler Kültür Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Kosova Örneği* [Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi].
- Birsel, S. (1991). *Kahveler Kitabı*. Nisan Yayınları.
- Bostan, İ. (2001). "Kahve". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*, 24, 202-205.

Ciğirim, N. (2000). Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar. *Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı*, 28.

Evren, B. (1996). *Eski İstanbulda Kahvehaneler*. Doğan Kitap.

Gregorie, H. D ve Georgeon F. (1999). *Doğu'da Kahve ve Kahvehaneler*. YKY.

Gürsoy, D. (2012). *Sohbetin Bahanesi Kahve*. Oğlak Yayıncılık ve Reklamcılık Ltd.Şti.

Hasol, D. (2012). *Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü*. Yem Yayınevi.

Kurtar Anlı, C. ve Yavan, N. (2019). Deneyim Yaratmada Mekânın Rolü: Starbucks ve Kahve Dünyası'nın Deneyim Ekonomisi ve Üçüncü Yer Bakımından Analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(1), 100-132. <https://doi.org/10.21547/jss.494355>

Kolektif. (2004). *Ana Britanica Genel Kültür Ansiklopedisi*. Ana Yayıncılık A.Ş.

Öztürk, S. (2005). *Cumhuriyet Türkiye'sinde Kahvehane ve İktidar*. Kırmızı Yayınları.

Parlar, G. (2000). Gravürlerde İstanbul Kahvehaneleri. *Skylife*, 209, Aralık.

Schivelbusch, W. (2000). *Keyif Verici Maddelerin Tarihi; Cennet, Tat ve Mantık*. Dost Kitabevi.

Şahbaz, S. (2007). *Geçmişten Günümüze Kahvehaneler, Kahvehanelerin Sosyal Yaşamdaki Yeri ve Önemi, Aydın Merkez Örneği* [Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi].

Toros, T. (1998). *Kahvenin Öyküsü*. İletişim Yayınları.

Ünver, A. S. (1962), Türkiye'de Kahve ve Kahvehaneler. *Türk Etnografya Dergisi*. 5.

Yıldız, M.C. (2016, 25-27 Mayıs). Türk Dünyasında Kahvehaneler. 3. *Uluslararası Türk Dünyası Araştırmaları Sempozyumu*, Bakü, Azerbaycan.

Görsel Kaynakçası

Görsel 1: (2007, 18 Eylül). Kahvehane Mimarisi. Mimarizm Mimarlık ve Tasarım Yayın Platformu. http://www.mimarizm.com/makale/kahvehane-mimarisi_113338 (02.04.2020).

Görsel 2: Sébah & Joaillier. (t.y.). Eski İstanbul Fotoğrafları Arşivi. <http://www.eskiistanbul.net/3243/kahvehane-sebah-joaillierfotografi#lg=0&slide=0> (02.04.2020).

Görsel 3: Milliyet. (2015, 15 Temmuz). Eski İstanbul kahvehaneleri ve kadınların kahve tüketimi. https://i.milliyet.com.tr/OnedioGallery/Detail/2015/07/15/215_pt1_153.jpg (18.04.2020).

Görsel 4-16-27: Google. Haritalar. <https://www.google.com.tr/maps/place/Konya> (24.12.2020).

Görsel 5-15, 17-26, 28: Merve Dedeoğlu kişisel arşivinden (21.05.2021).